

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**TELEVISÃO NOS CADERNOS CULTURAIS: UM ESTUDO
DE CASO DO CADERNO B DO JORNAL DO BRASIL**

RAQUEL MOREIRA AZALIM GONZALEZ

RIO DE JANEIRO

2011

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**TELEVISÃO NOS CADERNOS CULTURAIS: UM ESTUDO
DE CASO DO CADERNO B DO JORNAL DO BRASIL**

Monografia submetida à Banca de Graduação como
requisito para obtenção do diploma de Comunicação
Social/Jornalismo.

RAQUEL MOREIRA AZALIM GONZALEZ

Orientadora: Profa. Dra. Isabel Travancas

RIO DE JANEIRO
2011

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Televisão nos cadernos de cultura: um estudo de caso do Caderno B do Jornal do Brasil**, elaborada por Raquel Moreira Azalim Gonzalez.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Isabel Travancas
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação .- UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Gabriel Collares
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Augusto Gazir (MS)
Mestre em Ciências Sociais pelo Institute of Latin American Studies - University of London

RIO DE JANEIRO

2011

FICHA CATALOGRÁFICA

GONZALEZ, Raquel Moreira Azalim. Televisão nos cadernos de cultura: um estudo de caso do Caderno B do Jornal do Brasil. Rio de Janeiro, 2011.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação
– ECO.

Orientadora: Isabel Travancas

GONZALEZ, Raquel Moreira Azalim. **Televisão nos cadernos de cultura: um estudo de caso do Caderno B do Jornal do Brasil**. Orientadora: Isabel Travancas. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho objetiva examinar o espaço conquistado pela televisão nos suplementos culturais dos jornais. A análise foi feita a partir de dezenove edições do Caderno B, do *Jornal do Brasil*, um dos primeiros cadernos de cultura brasileiros. Foram selecionadas dez edições dos anos 1960, quando a audiência televisiva ainda se formava, e nove – a edição de 2009 estava indisponível - da década de 2000. A TV foi implantada de forma pioneira no país em 1950 e, após passar por processo de modernização e popularização, nas décadas de 1960 e 1970, vê sua audiência crescer, atrai um número cada vez maior de verbas publicitárias e ocupa seu espaço como grande veículo de massa brasileiro. Apesar dos altos índices alcançados no Ibope, qual o espaço que a televisão realmente passou a ocupar nos cadernos culturais? Esta análise é feita a partir de obras de autores como Ana Paula Goulart e Arlindo Machado.

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente a Deus que, nesses quatro anos, me deu provas concretas de sua bondade infinita. À minha atenciosa orientadora Isabel Travancas. Aos meus queridos pais, por tudo! Essa vitória também é de vocês. Ao Fúlvio, meu namorado e maior incentivador. À tia Ninha e aos primos-irmãos Lígia e Antônio Lucas. Às queridas amigas que estiveram ao meu lado na Eco e, agora, na vida: as beleletes Bianca, Natieli e Giseli, e Carol, Déborah e Luana. Não posso esquecer da minha amada Bebel. Deixo a todos meu carinho e meu muito obrigada!

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO.....	1
2. TV BRASILEIRA E O JORNAL DO BRASIL.....	5
2.1 Breve histórico da televisão brasileira.....	5
2.1.1 Modernização e popularização da tevê.....	8
2.1.2 Teledramaturgia: A paixão nacional.....	11
2.2 <i>Jornal do Brasil</i> : 120 anos de história.....	14
2.2.1 As três fases da Reforma do JB.....	18
2.2.2 JB pós-reforma: crise financeira.....	20
2.2.3 O primeiro jornal 100% digital do Brasil.....	22
2.3 Caderno B: O caderno de cultura de vanguarda.	23
2.3.1 Suplemento Feminino e Suplemento Dominical do <i>Jornal do Brasil</i> (SDJB): Os embriões.....	23
2.3.2 Nasce o Caderno B.....	25
3. A TV NO CADERNO B DOS ANOS 1960.....	28
4. A TV NO CADERNO B DOS ANOS 2000.....	48
5. CONCLUSÃO.....	67
REFERÊNCIAS.....	70

1. Introdução

Esta monografia pretende examinar o espaço conquistado pela televisão nos cadernos culturais dos jornais. De sua implantação no Brasil, nos anos 1950, até os dias atuais, a televisão passou por um processo de modernização e popularização e tornou-se o maior veículo de massa brasileiro. A partir desse momento, com o domínio de sua linguagem e da audiência, será que a TV conquista seu espaço nesses suplementos como um pólo de cultura? Após um estágio no caderno cultural do jornal carioca *O Dia*, o Caderno D, eu parti da hipótese de que, além de conquistar sua posição, a TV havia roubado o espaço de outras formas de cultura, como o cinema, o teatro e a arte.

O objeto de análise escolhido foi o Caderno B, do *Jornal do Brasil*, um dos primeiros cadernos de cultura brasileiro. Foram selecionadas dez edições – uma por ano – dos anos 1960 e nove – a edição de 2009 não estava disponível na Biblioteca Nacional e no CPDoc do JB – da década de 2000, totalizando dezenove cadernos. As edições escolhidas foram as das primeiras quartas-feiras de dezembro de cada ano. Esta escolha foi aleatória e pensada como melhor maneira de sistematizar o processo – um mesmo dia da semana. Nestas edições, o principal foco de análise foi o conteúdo televisivo: se a televisão foi abordada; se sim, como foi descrita ou analisada; se teve uma coluna própria; qual o espaço na página destinado a ela; se esse conteúdo veio acompanhado de imagem ou teve assinatura de jornalistas; entre outros.

Para desenvolver o tema de forma mais abrangente, foram feitas, no segundo capítulo, contextualizações históricas dos objetos de estudo do trabalho: a televisão, o *Jornal do Brasil* e o Caderno B. Examinar a origem, a importância histórica e a relação com o público telespectador ou leitor é de suma importância para a compreensão do espaço conquistado por estes veículos na mídia brasileira, tanto em relação à audiência, quanto a verbas publicitárias, prestígio e influência a outros meios.

Em relação à televisão, a análise foi feita desde sua implantação, em setembro de 1950, até o processo de popularização pelo qual passou, segundo Goulart (2010), nas décadas de 1960 e 70. Em seu primeiro momento, segundo Federico (1982), a tevê brasileira instituiu-se seguindo o processo e os ciclos percorridos anteriormente pelo rádio no país. A programação foi sendo preenchida por mimese, adaptação de outros veículos ou

por tentativa e erro. No período de sua implantação, a televisão brasileira era caracterizada, dessa forma, pelo improvisado, pela experimentação de outras formas artísticas e pela busca de uma linguagem própria. Não havia parâmetros para adotar porque a TV no mundo ainda era incipiente. Marialva Barbosa (In GOULART, 2010:17) ressalta ainda que esse período inicial ficou conhecido como “fase elitista” devido à pouca disponibilidade de receptores, em função do alto custo. Muniz Sodré (2001:94) também caracterizou o veículo neste momento como “uma mera e curiosa inovação tecnológica, um ‘brinquedo da elite’”.

O processo de modernização da televisão tem como marco principal a criação do gravador de fitas - o videoteipe -, que chega ao país em 1960, revolucionando o modo de fazer tevê. O VT possibilitou as *reprises*, solucionou o problema da reprodução de programas nas estações filiadas das redes, permitiu racionalizar as produções e orientar melhor a programação, entre outras melhorias. Segundo Távola (1996:81), “O VT é o divisor de águas na história da televisão em todo o mundo. Deu-lhe o sentido de obra duradoura, como o cinema”. Nessa mesma década, houve um processo de crescimento do número de telespectadores – e a inserção de classes mais populares (ibidem) - e a produção de novos programas que procuravam conquistar essa nova audiência. A boa aceitação das novelas e a produção de um serviço informativo cada vez mais aperfeiçoado, já mais atento às características da linguagem própria da televisão, foram envolvendo crescentes parcelas da população. Em 1966, por exemplo, o Brasil já possuía dois milhões e 334 mil aparelhos de televisão e o percentual de verba de mídia destinado a ela era de 39,5%.

A teledramaturgia nacional, em especial a telenovela, foi o produto televisivo de maior destaque na conquista da audiência. O domínio dos números do Ibope foi fundamental para a consolidação do espaço da tevê em outras mídias nacionais. Por essa razão, este trabalho discute a história e a importância da produção da telenovela nacional. A principal fonte de pesquisa deste tópico foi o jornalista e escritor Artur da Távola e seu livro “*A telenovela brasileira: história, análise e conteúdo*” (1996). Távola assinou coluna televisiva nos jornais *Última Hora* e *O Globo*.

Ainda no segundo capítulo, o trabalho traz dados históricos e analíticos do *Jornal do Brasil*. A história de 120 anos do periódico pode ser dividida, segundo a pesquisadora Ana Paula Goulart (2000), em seis fases: a do jornalismo popular (1894-1918), a do boletim de anúncios (a era do Conde Pereira Carneiro, 1918-1953), a moderna (a era da

Condessa e do Nascimento Brito, a partir de 1954) e a atual (desde que o jornal foi comprado por Nelson Tanure). O capítulo faz um breve apanhado da história do jornal, mas foca no período denominado, por Goulart, como moderno, fase em que o *Jornal do Brasil* promoveu sua importante reforma e passou a ser referência no jornalismo brasileiro. Mencionamos ainda o processo pelo qual passou o JB e que poderia ser considerado sua sétima fase: o fim da impressão de papel e a criação do primeiro jornal 100% digital do Brasil.

A reforma do *Jornal do Brasil* é descrita com suas principais características e com dados específicos que definiram cada uma das suas três fases. Vamos utilizar na pesquisa a cronologia utilizada por historiadores como Washington Dias Lessa (1995) e Ana Paula Goulart (2000). Por fim, analisamos o período pós-reforma e as sucessivas crises econômicas pela qual o *Jornal do Brasil* passou, ocasionadas, entre outros motivos, por um boicote econômico promovido pelo governo durante a ditadura militar. Os permanentes problemas financeiros que marcaram as décadas de 1980 e 1990 do periódico foram responsáveis por uma enorme dívida, demissões em série de jornalistas, queda no número de vendagem e perda de credibilidade. Apesar das diversas tentativas de revitalização empresarial e editorial, em 1º de setembro de 2010, o JB deixou de ser impresso em papel e se tornou o primeiro jornal 100% digital do Brasil. Alegou oficialmente, contudo, que a migração para o meio eletrônico seguia uma tendência comunicacional mundial, além de motivos ecológicos. O slogan utilizado à época pelo jornal foi: “Qualidade. Praticidade. Alinhamento com o futuro. Respeito à ecologia, inovação”.

Um dos assuntos mais importantes do capítulo é a contextualização histórica da criação de nosso objeto de análise, o Caderno B, em setembro de 1960. Uma fonte de pesquisa importante nesse âmbito foi a tese de mestrado da pesquisadora Patrícia Ferreira de Souza Lima. No trabalho “Caderno B do *Jornal do Brasil*: Trajetória do segundo caderno na imprensa brasileira”, ela disserta sobre os primórdios do caderno, os fatores que permitiram seu surgimento e sua importância e influência para os outros suplementos que surgiram posteriormente. O Caderno B, para alguns pesquisadores, foi um desdobramento natural do Suplemento Feminino e do Suplemento Dominical do *Jornal do Brasil* (SDJB), ambos encartados pelo *Jornal do Brasil*. O primeiro passou a circular em julho de 1960, com oito páginas, nas quais se publicava conteúdos voltados ao público feminino. Já o

Suplemento Dominical do Jornal do Brasil (SDJB), criado por Reinado Jardim, diretor da *Rádio Jornal do Brasil*, e que também criou o B, foi encartado semanalmente entre 1956 e 1961. O suplemento foi era fortemente influenciado pelo Movimento Concretista.

Publicado pela primeira vez em 15 de setembro de 1960, o Caderno B possuía uma estrutura de revista em folha de jornal. Nas suas páginas, havia sempre crônicas, serviços, colunas sociais, críticas de filmes, peças, livros ou discos, entre outros assuntos, que vinham sempre ilustrados para despertar o interesse dos leitores. “Antes mesmo do conteúdo, a forma os distingue, pois criou-se uma demarcação palpável entre esses cadernos. Esse ‘algo a mais’ diário está separado fisicamente das notícias e sugere ao leitor que aquele é espaço para sua descontração” (LIMA, 2006:4). O Caderno B teve papel precursor e levou outros veículos a criarem cadernos similares.

O terceiro capítulo é dedicado à análise do conteúdo das edições da década de 1960 do Caderno B. Foram examinadas dez edições, uma por ano – de 1960 a 1969 -, com foco principal no teor televisivo abordado: se houve veiculação da programação da tevê, de que maneira ela foi feita, qual o espaço que recebeu, se teve assinatura, entre outros quesitos. Nesta primeira parte da análise, notamos que a programação televisiva recebeu uma cobertura bastante restrita, até porque a audiência nacional ainda se formava.

Já nos anos 2000, que teve análise no quarto capítulo, a TV já havia se popularizado e se tornado o maior veículo de comunicação de massa brasileiro. A partir do exame do conteúdo, pôde-se perceber que o espaço dedicado à televisão nas páginas do Caderno B cresceu, mas não proporcionalmente ao tamanho de sua audiência. E, por fim, a partir de obras de Isabel Travancas, Arlindo Machado e Silvia Borelli, discutiremos o preconceito que a televisão, por ser um veículo de massa, vivencia através de críticos e estudiosos.

2. A TV brasileira e o Jornal do Brasil

Este trabalho pretende analisar o espaço conquistado pela televisão nos cadernos culturais, a partir do exame de edições das décadas de 1960 e 2000 do Caderno B, do *Jornal do Brasil*. Para desenvolver a temática de forma mais ampla, foram promovidas, neste primeiro capítulo, contextualizações históricas dos objetos de estudo do trabalho: a televisão, o *Jornal do Brasil* e o Caderno B.

2.1 Breve histórico da televisão brasileira

A televisão comercial chegou ao Brasil em setembro de 1950, implantada, de forma pioneira, pelo empresário dono da rede de comunicação *Diários Associados*, Assis Chateaubriand. Durante a primeira década de existência, passou por um período de experimentação e estruturação pelas primeiras emissoras (*TV Tupi*, *TV Paulista*, *TV Record* e *TV Rio*), já que a televisão brasileira foi a quinta a ser implantada mundialmente¹ e a primeira na América Latina. Ou seja, a nova tecnologia e seu domínio ainda “engatinhavam” até em esfera mundial.

O pesquisador João Freire Filho (2007:128) ressalta que, antes mesmo do surgimento da *TV Tupi* difusora de São Paulo – o primeiro canal nacional –, já eram feitas experiências e demonstrações da nova tecnologia no Brasil e no mundo, em função da Segunda Guerra. O autor relata que na Primeira Exposição da Televisão, instalada em 3 de junho de 1939, o Ministério dos Correios da Alemanha, com patrocínio do Governo de Getúlio Vargas, transmitiu para centenas de curiosos fisionomias e gestos de celebridades do rádio carioca, que se apresentavam num estúdio montado no outro extremo da feira.

No dia 4 de junho de 1939, a Exposição de Televisão foi aberta ao público, assim permanecendo, com sucesso, por quinze dias. A imprensa deu ampla cobertura a todo o evento - posteriormente ignorado pela maioria dos historiadores (Federico, 1981; Sampaio, 1984), não obstante sua poderosa dimensão simbólica. Jornais e revistas saudaram, em regra, a chegada da “extraordinária invenção”, do “prodígio moderno”, da “maravilha do século”, do “mais genial processo de

¹ Inglaterra, Estados Unidos, França, Alemanha e Holanda foram os pioneiros.

comunicações até hoje inventado pelo gênio humano” – a televisão, “em toda a sua impressionante realidade”. (In GOULART, 2007:128)

“A televisão é tudo isso, em espetáculos diários que irão ter ao recesso do lar de um imenso público. A televisão é alegria, é cultura, é divertimento”. Com essa frase, Homero Silva encerrou, às 23h30, do dia 18 de setembro de 1950, o *TV na Taba*, o primeiro programa transmitido pela *TV Tupi* Difusora de São Paulo, que teve a participação de atores como Lima Duarte e Mazzaropi, e cantores como Hebe Camargo e Ivon Curi, entre outros. O discurso é uma antecipação do que se tornaria a televisão, mas não ainda naquele primeiro período, da tevê em formação.

Antes da inauguração oficial da *TV Tupi* de São Paulo, os profissionais das *Redes Associadas* passaram por diversas dificuldades e improvisações, características que marcaram a primeira década da televisão brasileira. A *TV Tupi* teve contrato de compra com a RCA, de Nova Iorque, em 1948, e enviou dois engenheiros das *Emissoras Associadas* aos Estados Unidos para aprenderem operar a nova tecnologia. A RCA enviou seu engenheiro, Sr. Walter Obermüller, para orientar as instalações e operações experimentais. Conforme relata Maria Elvira Bonavita Federico (1982), durante a inauguração, porém, uma das três câmeras quebrou – e tudo já havia sido ensaiado com os três aparelhos – e o engenheiro americano diagnosticou que o espetáculo deveria ser adiado. Cassiano Gabus Mendes, diretor do programa, resolveu, entretanto, que o *TV da Taba* iria ao ar e pediu a todos que esquecessem o que estava previsto nos ensaios e marcações, eliminou um dos dois estúdios previstos, e, com 40 minutos de atraso, deu início à programação.

Além de marcado pelo improviso, esse primeiro momento da televisão no Brasil também teve como principal característica a busca por uma linguagem própria, com a experimentação de outras formas artísticas, como o teatro, o rádio, que se encontrava em sua “Era de Ouro”, e o cinema, na televisão. Não havia parâmetros para adotar porque a TV no mundo ainda era incipiente.

Os primeiros passos foram difíceis, cheios de imperfeições, de falhas técnicas e humanas e a imagem mais assídua então era a do cartão fixo: “Voltaremos logo”. Os programas estavam

baseados em seqüências filmadas, interpretações musicais, cenas humorísticas transpostas do rádio, e teleteatro apresentado sem ritmo, com cenários pesados e tônica cênica teatral. (FEDERICO, 1982:83)

De acordo com Federico (1982), a institucionalização da tevê seguiu o processo e os ciclos percorridos anteriormente pelo rádio no país: a programação foi sendo preenchida por mimese, adaptação de outros veículos ou por tentativa e erro. A grade de programação era composta, em sua maioria, por programas humorísticos, musicais e de variedades vindos do rádio ou pela filmagem de peças teatrais (teleteatro), transformando a TV no veículo dos outros veículos. Marialva Barbosa (In GOULART, 2010:17) afirma que esse período, conhecido como “fase elitista”, além de ser caracterizado pelo improvisado, também é marcado pela pouca disponibilidade de receptores, em função do alto custo, e pela “experimentação de uma nova linguagem que levaria, pelo menos, duas décadas para se estruturar”.

Muniz Sodré (2001), também disserta sobre as condições vividas pela TV brasileira em seus primórdios:

E a televisão propriamente dita? Quando ela surge em 50, ainda era incipiente o mercado urbano-industrial, que depois seria capaz de gerar mecanismos publicitários poderosos. Nos anos 50, as verbas das agências dividiam-se majoritariamente entre jornais, revistas e emissoras de rádio – estas últimas captadoras de imensas audiências populares, graças a espetáculos musicais, novelas etc. Neste quadro a tevê se implanta como uma mera e curiosa inovação tecnológica, um ‘brinquedo de elite’. (SODRÉ. 2001: 94)

Apesar de inicialmente restrita às classes privilegiadas, verificou-se nesse período uma rápida evolução: mais estações, telespectadores, receptores e também maior volume de verbas publicitárias. De acordo com Mario Ferraz Sampaio (1984), calcula-se que em 1956 já existia audiência de um milhão e meio de telespectadores no país. No mesmo período, em São Paulo, as três emissoras de TV passaram a faturar em publicidade mais do que as treze estações de rádio existentes reunidas.

A década de 1950, além das grandes emissoras do Eixo Rio-São Paulo – *TV Tupi* de São Paulo (inaugurada em 1950) e do Rio (1951), *TV Paulista* (1952), *TV Record* (1953) e

TV Rio (1955) -, foi marcada pela expansão da televisão como uma rede de imagens nas principais cidades do país: de 1955 a 1961 são inauguradas 21 novas emissoras. Em 1955, começa a funcionar a *TV Itacolomi* (Belo Horizonte). Quatro anos depois é a vez da *TV Piratini* (Porto Alegre) e a *TV Cultura* (São Paulo). Em 1960, são inauguradas a *TV Itapoan* (Salvador), *TV Brasília*, *TV Rádio Clube* (Recife), *TV Paraná*, *TV Ceará*, *TV Goiânia*, *TV Mariano Procópio* (Juiz de Fora), *Tupi-Difusora* (São José do Rio Preto). E, em 1961, também foram inauguradas a *TV Vitória*, *TV Borborema* (Campina Grande), *TV Alterosa* (Belo Horizonte), *TV Uberaba*, *TV Florianópolis*, *TV Aracaju*, *TV Campo Grande* e *TV Corumbá* (GOULART org, 2010)

2.1.1 Modernização e popularização da tevê

Quando a televisão foi implantada a programação era, em grande parte, apresentada ao vivo, o que dificultava bastante a composição de uma programação diária. Somente em 1956 surgiram os gravadores *Ampex*, adotados com êxito pelas cadeias estrangeiras CBS e NBS. No Brasil, a utilização do gravador de fitas – o videoteipe – começou na década de 1960, revolucionando o modo de fazer televisão. A primeira a introduzir a nova tecnologia foi a *Tupi* de São Paulo, em 21 de abril de 1960, que gravou as solenidades da inauguração de Brasília com um aparelho RCA. (SAMPAIO, 1984).

O videoteipe solucionou o problema da reprodução de programas nas estações filiadas das redes; permitiu racionalizar as produções e orientar melhor a programação; possibilitou as *reprises*, além de abrir a possibilidade de transações com emissoras estrangeiras; diminuiu os custos de operação, ampliando de forma ilimitada a programação a preços menores; entre outros benefícios. Segundo Artur da Távola (1996:81), “O VT é o divisor de águas na história da televisão em todo o mundo. Deu-lhe o sentido de obra duradoura, como o cinema”.

A década de 60 na televisão brasileira é conhecida como a da profissionalização, que engendrou a expansão impressionante do novo meio de comunicação. Os avanços tecnológicos foram igualmente fundamentais para a racionalização da produção. O videoteipe, por exemplo, revolucionou as técnicas de produção e permitiu o começo de uma política interestadual de tv, germe da estratégia de programação nacional afinal dominante. A

miniaturização dos circuitos foi, ao poucos, tornando os equipamentos menores e portáteis, desvendando para o telejornalismo, o show ou a telenovela a imagem viva dos ambientes naturais, libertando a televisão da ditadura do estúdio fechado, dentro do qual ela viveu seus primeiros doze anos. (TÁVOLA. 1996: 90)

Na década de 1960 é importante destacar o surgimento de três novas grandes emissoras televisivas: a *TV Excelsior*², em 1963, a *TV Globo*, em 1965, e a *TV Bandeirantes*, em 1967. Nessa mesmo período, verificou-se um processo de crescimento do número de telespectadores – e, conseqüentemente, a inserção de classes mais populares - e a produção de novos programas que procuravam conquistar essa nova audiência. De acordo com Sampaio (1984), mais acentuadamente de 1963 em diante, a televisão ganhou considerável terreno, com suas audiências continuamente crescendo devido à aquisição de receptores e também pela “sedutora atração dos programas das emissoras” (1984: 226). A boa aceitação das novelas e a produção de um serviço informativo cada vez mais aperfeiçoado, já mais atento às características da linguagem própria da televisão, foram envolvendo crescentes parcelas da população. Em 1964³, o percentual de verba de mídia da TV já era de 36%, enquanto que o do rádio era de 23, 4% e o do jornal, 16,4%. Em 1966, o Brasil já possuía dois milhões e 334 mil aparelhos de televisão e o percentual de verba de mídia destinado a ela era de 39,5%.

Na década de 60 também chega ao país a televisão a cores. Os primeiros aparelhos foram importados dos Estados Unidos em 1963. Em 1967 (FEDERICO, 1982), através da resolução 20, de 7 de março de 67, o Brasil teve aprovado o padrão da sua TV colorida, e selecionou uma variante do NTSC/PAL⁴, o PALM-M, como seu sistema oficial. A primeira transmissão colorida foi feita em março de 1972, com a veiculação da Festa da Uva, em Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul. No início, as produções coloridas tinham número reduzido porque poucos telespectadores possuíam receptores a cores e também era mais barato para as emissoras que, aos poucos, foram substituindo seus transmissores, câmeras e outros equipamentos ao sistema colorido.

² A *TV Excelsior* foi a primeira emissora a utilizar a programação horizontal (exemplo: novela todos os dias, às 20h) e vertical (uma ordem determinada da programação). A emissora também foi a primeira se preocupar com a estética e o padrão visual do canal, que faz o telespectador reconhecê-lo ao passar pelo canal.

³ Disponível em: www.tudosobretv.com.br. Acessado em: 9 de outubro de 2011.

⁴ O NTSC era o sistema norte-americano.

Naquele momento de modernização e popularização da televisão em âmbito nacional, a administração, a produção, a programação e o quadro de profissionais televisivos mudaram. Uma emissora se destacou na conquista da liderança e na realização de um conjunto de inovações: a *TV Globo* (In GOULART, 2010).

A *Rede Globo* de Televisão, inaugurada em 1965, pelo jornalista Roberto Marinho, foi administrada por homens de marketing preparados nos Estados Unidos⁵, e (FEDERICO, 1982) possuía departamentos como o de pesquisa, mercadologia e treinamento, mostrando preocupação com a racionalidade técnica e com o desejo de ampliar a audiência. Inaugura também a idéia de que quem deve fazer televisão é a própria emissora e não os patrocinadores que se sentiam verdadeiros produtores dos programas⁶. A nova fórmula da emissora, segundo Federico (1982:93), era “criar novas necessidades e influenciar a aceitação de outros padrões, possibilitando a imposição técnica e a embalagem das produções”. Estava criado o famoso “padrão *Globo* de qualidade”.

No período entre 23 e 29 de setembro de 1968, o IBOPE relacionou como programas mais assistidos em São Paulo: “O Agente da Uncle”, canal 9, com 40%; “Hebe”, canal 7, com 38,1%; “Hora do Bolinha”, canal 9, com 35,9%; “Família Trapo”, canal 7, com 35,5%; (...) Portanto, disputavam essa audiência, sozinhas, a *Record* e a *Excelsior*.

No Rio de Janeiro, o IBOPE dava conta que os assistidos no mesmo período foram: “A Gata de Vison”, canal 4, com 42%; “Hora da Buzina”, canal 4, com 41,1%; “Passo dos Ventos”, canal 4, com 40%; “Edifício Balança Mas Não Cai”, canal 4, com 39,3%; (...) Portanto, liderava a *Globo* na quase totalidade. (FEDERICO. 1982: 92 e 93)

Em 1972, a *Globo* se consolida - com apenas sete anos de existência - como a maior rede nacional de emissoras de televisão, com 36 afiliadas e centenas de estações retransmissoras pelo país.

⁵ Em 1962, Roberto Marinho assinou um acordo com empresa americana Time Life, que lhe garantiu acesso a capital em torno de 6 milhões de dólares, permitindo recursos para a compra de equipamentos e infraestrutura para a TV Globo. Em troca, a Time-Life teria participação em 30 % de todos os lucros da empresa. Esse tipo de transação era, contudo, proibida pela Constituição já que não era permitido investimento de capital estrangeiro em empresas de radiodifusão nacionais.

⁶ Disponível em: www.tudosobreatv.com.br. Acessado em 9 de outubro de 2011.

Em 1974, 43% dos domicílios brasileiros já estão equipados com televisores e 51,1% da verba publicitária no país é direcionada à TV. Em 1977, a televisão já concentra 55,8% das verbas de publicidade, sendo 85% absorvidas pela *TV Globo*.

2.1.2 Teledramaturgia: A paixão nacional

Aliado aos promissores indicadores financeiro encontra-se um outro fator de destaque: as telenovelas, em geral e as da *Globo*, em particular, sempre responderam por um altíssimo grau de apelo popular e de fidelidade de audiência, desde o final dos anos 60, até os 70 e 80. (BORELLI, 2000:28)

A teledramaturgia nacional, em especial a telenovela, foi o produto televisivo de maior destaque na conquista da audiência pela televisão. O domínio da audiência e da verba publicitária foi importante para a consolidação do espaço da tevê em outras mídias nacionais, como produto de cultura e lazer. Por este motivo, vamos analisar a história, a importância e alguns dados da produção da telenovela brasileira.

As primeiras novelas da TV brasileira foram ao ar já em 1951, um ano após a inauguração oficial da TV no Brasil. Essas novelas, contudo, tinham curta duração, tanto na extensão do número de capítulos, quanto na duração da emissão, que era de apenas de 15 minutos. A primeira foi *Sua Vida me Pertence*, que durou três meses no ar e tinha Walter Foster como astro (SAMPAIO, 1984).

Nos primórdios da televisão no Brasil, o meio não estava preparado para o ritmo de um capítulo de telenovela ao vivo e diário. Segundo Artur da Távola (1996), experimentos de telenovela com capítulos semanais também falharam naquele momento porque não havia condições de produção em série, nem mercado capaz de custear montagens de qualidade. O autor destaca o surgimento da *TV de Vanguarda*, em 1952, na *TV Tupi* de São Paulo, que consistia num teleteatro que apresentava peças quinzenalmente – tempo necessário para sua organização e ensaios – e ao vivo. O programa permaneceu no ar por 15 anos e foi um grande laboratório para a adaptação de técnicas, encenações e figurinos à linguagem televisiva. O *TV de Vanguarda* encenou peças estrangeiras e nacionais, clássicas e contemporâneas, incluindo textos de grandes escritores, como Shakespeare, Victor Hugo e

Pirandello. “O programa ia ao ar aos domingos e o público o recebia com entusiasmo e interesse. O *TV de Vanguarda* é obra fundamental na formação da teledramaturgia brasileira”, ressalta Távola (ibidem, 64).

Na década de 1960, com a chegada do videoteipe, verificou-se maior centralização da produção dos programas nas emissoras do Rio de Janeiro e de São Paulo, que passaram a vender seus produtos para emissoras de outros estados. Federico (1982) destaca alguns benefícios trazidos pelo VT à produção das telenovelas:

Para o gênero teleteatral ela significou realmente uma ampliação das possibilidades e da experimentação com a linguagem, porque trechos curtos podiam ser tomados, editados e revistos. Do ponto de vista da representação os artistas tiveram um espelho para a correção das falhas e distorções que as câmeras acrescentavam aos seus movimentos e expressões. (FEDERICO, 1982: 87)

Os benefícios conquistados pelo uso do videoteipe, contudo, não foram unânimes à época. Um dos primeiros testes do VT aconteceu no capítulo da novela *Esta Noite é Nossa*, adaptada e dirigida por Geraldo Vietri, que afirmou: “Aqui termina a televisão brasileira. Em primeiro lugar, o ator não precisa mais de ter talento para interpretar, pode ser fabricado.. errou, apagou, voltou. E, mais, aqui termina o mercado de trabalho na televisão brasileira. O Sul vai acabar, vai acabar o Norte e vai acabar Belo Horizonte; ficarão apenas São Paulo e Rio de Janeiro” (TÁVOLA, 1996:77). Apesar da expectativa em torno do novo equipamento técnico, só os espetáculos de maior importância eram gravados com videoteipe, já que o número de fitas não era suficiente para atender à programação diária das emissoras.

A primeira telenovela com capítulos diários foi produzida treze anos após a inauguração da televisão brasileira, em 1963, pela *TV Excelsior* de São Paulo. A obra “2-5499 Ocupado”, escrita pelo argentino Tito Di Miglio e traduzida para o português, com Tarcísio Meira e Gloria Menezes no elenco, ficou no ar de julho a setembro, no horário das 19h, sem fazer especial sucesso. Segundo Távola, o êxito e a implantação do gênero vieram no final de 1964, com a novela “O Direito de Nascer”, da *TV Tupi*, que ao longo de sete meses encantaria ao público das duas maiores cidades do país. Em meados da década de 60,

já havia um mercado televisivo e condições para a produção “semiqualficada do ponto de vista do padrão de produção, do padrão artístico e do padrão mercadológico” (Ibidem:76).

Até o final da década de 70, a telenovela já tinha capítulos diários, mas sua dramaturgia ainda era baseada nos folhetins latinos e trazia histórias de princesas, castelos e outras tão distantes de nossa realidade. Em novembro de 1968, a *TV Tupi* estreia “Beto Rockfeller”, obra de Bráulio Pedroso que apontou um novo caminho para a telenovela brasileira. Na trama, Beto, interpretado por Luis Gustavo, era um malandro suburbano que se passava por rico para ingressar na alta sociedade paulistana e tentar se dar bem na vida. A obra inovou com a atualização dos temas abordados; trouxe o cotidiano, os impasses e esperanças da população brasileira para a tevê; texto descontraído e diálogos soltos, naturais e com gírias; e ruptura com o artificialismo e romantização excessiva dos temas e interpretações.

A partir de então, a teledramaturgia brasileira conquistou a audiência nacional e tornou-se o produto televisivo mais popular do país. A telenovela brasileira passou, inclusive, a ser exportada para diversos países. “O Bem Amado” (1973), primeira novela colorida, foi também a primeira a ser exibida em terras estrangeiras. “A Escrava Isaura” (1976) foi comercializada para mais de 80 países e “Roque Santeiro” (1985), de Dias Gomes, fez tanto sucesso fora do país que tornou a atriz Regina Duarte – que interpretava a personagem principal, Porcina - um ídolo em Cuba. “Pantanal” (1990), de Benedito Ruy Barbosa, da *TV Manchete*, foi a única novela “não Global” que fez sucesso no exterior, principalmente em Portugal e na América Latina. Segundo Borelli (2000:162): “Investindo pesadamente num produto, ao qual o público já vinha se habituando desde os primeiros anos da história da televisão, a *Globo* transformou a telenovela em verdadeira mania nacional”.

A televisão brasileira, desde sua implantação, em 1950, levou cerca de duas décadas para se aperfeiçoar. Durante esse período, a tevê experimentou a própria linguagem e chegou a um formato que se popularizou e conquistou grande parcela da audiência nacional. Mas será que a televisão alcançou o mesmo espaço que sua audiência na divulgação do seu conteúdo em outras mídias, como o jornal?

Analisaremos o espaço conquistado pela tevê como espaço de cultura e lazer nos cadernos culturais. Para isso serão examinadas edições de 1960 e 2000 do Caderno B, do *Jornal do Brasil*.

2.2 Jornal do Brasil: 120 anos de história

Fundado em 1891, pelo ex-ministro do Império Rodolfo Dantas, com apoio do escritor e político Joaquim Nabuco, em meio a um conturbado período político - marcado pelo confronto entre monarquistas e republicanos -, o *Jornal do Brasil* (JB) foi utilizado, em seus primórdios, como instrumento de crítica à República recém-instalada. Inicialmente alojado num pequeno sobrado no número 46 da Rua Gonçalves Dias, no Centro do Rio de Janeiro, o periódico contava ainda com a colaboração de grandes intelectuais da época: Gusmão Lobo, Sousa Ferreira, Sandro Constâncio Alves, Aristides Espínola e Antônio de Sousa Pinto.

De acordo com a pesquisadora Ana Paula Goulart (2000), a história do *Jornal do Brasil* pode ser dividida em seis fases: a monarquista (1891-1893), a republicana de oposição (sob a direção de Rui Barbosa, 1893), a do jornalismo popular (1894-1918), a do boletim de anúncios (a era do Conde Pereira Carneiro, 1918-1953), a moderna (a era da Condessa e do Nascimento Brito, a partir de 1954) e a atual (desde que o jornal foi comprado por Nelson Tanure). A partir de setembro de 2010, poderíamos considerar também uma sétima fase: com o fim da circulação do JB impresso e a criação do primeiro jornal 100% digital do Brasil.

Este trabalho pretende apresentar as cinco primeiras fases, que compreendem a formação do *Jornal do Brasil* moderno, com as renovações técnicas e editoriais que conhecemos hoje e que tanto influenciaram toda a imprensa brasileira nas décadas de 1950 e 60, período da famosa “Reforma do JB”. Esse período (fase moderna) também compreendeu a criação do Caderno B, um dos primeiros cadernos de cultura da imprensa nacional, objeto de análise deste trabalho.

No período monarquista, apesar do caráter doutrinário, o periódico adquiriu a lógica de empresa, tornando-se um modelo da nova imprensa que surgia na virada do século XIX para o XX (GOULART, 2000).

Nessa variada galeria, o *Jornal do Brasil*, chegava para enfileirar-se entre os grandes. Fora montado como empresa, com estrutura sólida. Vinha para durar. E trazia inovações, pelo menos nas dimensões que deu a cada uma delas: a distribuição em carroças era uma; a amplitude dos correspondentes estrangeiros era outra. Nesta categoria entravam Wilhelm Schimper, na Alemanha; Paul Leroy Bealieu, na França; Edmondo de Amicis, na Itália; Emile de Laveleye, na Bélgica; W. Franklin, nos Estados Unidos; Fialho de Almeida, Teófilo Braga e Oliveira Martins, em Portugal; Joaquim Nabuco e o barão do Rosário, na Inglaterra. Seus propósitos, segundo o editorial de lançamento, eram claros. (SODRÉ,1977:257).

Em dezembro de 1891, após lançar uma edição especial por ocasião da morte de Dom Pedro II, o jornal foi invadido e depredado, forçando Dantas e Nabuco a se afastarem do controle da redação. Em abril de 1893, um grupo ligado a Ruy Barbosa comprou o jornal e o escritor mudou o enfoque do JB, que deixou de ser monarquista para defender o regime republicano, com críticas, porém, à ditadura de Floriano Peixoto. Na ocasião da Revolta da Armada explodiu, o presidente determinou a prisão de Ruy Barbosa, que conseguiu fugir do país. O jornal ficou fechado por um ano e quarenta e cinco dias, voltando a circular apenas em 15 de novembro de 1984, sob o comando da firma Mendes & Cia. Nesse período (FRAGA & VILLELLA, 2005), o JB deixou de ser doutrinário e passou a ser um órgão mais informativo, centrado nos casos policiais, nas campanhas populares e na crítica aos costumes.

Jogo do bicho e carnaval, aliados a crônicas policiais, são definidos como pautas de matérias para atrair o leitor alvo. Nesse propósito obtém êxito, tornando-se mesmo popular e ampliando seus lucros. Tratou de construir outra sede na Avenida Central, número 110, e adquirir novo maquinário. (LIMA. 2006:22)

Apesar da boa vendagem do jornal, a obra da nova sede e a compra de novas máquinas trouxeram dificuldades financeiras à empresa, o que levou os irmãos Mendes a

transformarem novamente o jornal em sociedade anônima. Além disso, a dupla de proprietários também transformou, em agosto de 1906, a primeira página do veículo em classificados⁷, medida editorial que perdurou por mais de 40 anos (FRAGA & VILLELLA, 2005). Com os classificados, o JB conseguiu estabilidade financeira, mas foi gradativamente perdendo importância como órgão noticioso. Recebeu, nessa época, o apelido pejorativo de “jornal das cozinheiras”⁸.

O início da Primeira Guerra Mundial, em 1914, encareceu o papel jornal e levou o JB a uma grave crise financeira. A direção, então, hipotecou a empresa ao Conde Pereira Carneiro em 1919. Ao assumir, o novo presidente pediu prudência e moderação a sua equipe para não se envolver em campanhas que representassem risco financeiro, o que representou um passo importante do JB a um jornalismo moderno, neutro e seguro.

Com a morte do Conde Pereira Carneiro, em 1954, sua esposa, Maurina Dunshee Abranches Pereira Carneiro, com a ajuda de seu genro, Manuel Francisco do Nascimento Brito, assume a direção do *Jornal do Brasil*, iniciando o processo de modernização da empresa e a sua famosa reforma gráfica.

Estimulado pela renovação pela qual passava o país – os “50 anos em 5” do governo de Juscelino Kubitschek – o JB investiu na sua industrialização e no desenvolvimento de sua redação. O primeiro passo, segundo Goulart (2000), foi a compra de equipamentos e a restauração do parque gráfico. O jornal implementou total “reaparelhamento técnico-industrial”, além de mudanças nos critérios de apuração, com a adoção do jornalismo americano na redação de matérias. “O texto se tornou mais objetivo e enxuto” (Ibidem, 136).

De acordo com Goulart, a partir desse momento, houve uma tendência geral dos jornais se tornarem mais informativos, de se centrarem na narração dos fatos, sem tentar explicá-los ou comentá-los. E essa tendência foi mais forte na imprensa americana, onde, a partir dos anos 20, começou a se desenvolver o conceito de objetividade. O mercado – e a busca por leitores – contribuiu para uma maior neutralidade na imprensa já que a objetividade tornou-se um imperativo comercial tanto quanto intelectual.

⁷Em 1921, o JB passou a dedicar cerca de 80% do seu espaço ao pequeno anunciante.

⁸O motivo do apelido ter incidido justamente sobre as cozinheiras se explicava porque a sessão “empregos” dos classificados era um dos primeiros itens ofertados e vinha em ordem alfabética. Logo, a letra “C” começava ainda na capa e ainda dominava quase por completo a seguinte (LIMA, 2006)

Nos anos de 1940 e 1950, ocorreu uma tentativa de se adequar à formação de uma sociedade de consumo brasileira, na esteira do avanço da industrialização e da consolidação de uma cultura urbana, com seus gostos, hábitos e personagens próprios, com a crescente influência norte-americana. A produção jornalística deveria ser mais racional e menos engajada politicamente como o fora até este momento de sua trajetória, meados da década de 1950. (LIMA. 2006:27)

Goulart (2000) ressalta ainda que a reforma do *Jornal do Brasil* não se limitou aos padrões jornalísticos e parques gráficos. A autora destaca que houve uma total reestruturação de sua organização empresarial, com adoção de modernas técnicas de gestão e de marketing, com metas de propaganda, estratégias de circulação, entre outros. “A reforma do JB, apesar de não ter sido a primeira (antes dela, o *Diário Carioca*, a *UH* e até mesmo a *Tribuna da Imprensa* já haviam implementado inovações) possuiu um caráter exemplar, não só pelo radicalismo das suas mudanças e pela qualidade do jornalismo desenvolvido, mas também por sua eficácia mercadológica” (Ibidem,137)⁹.

A famosa reforma instituída pelo *Jornal do Brasil* não tem uma demarcação exata de princípio e fim. As transformações técnicas, industriais e editoriais foram sendo produzidas no período de, aproximadamente, 1956 até 1962. Nesse tempo, diversos profissionais passaram pela redação, contribuindo de maneiras diferentes com a reforma. Para fim de estudo, vamos detalhar aspectos da reforma utilizando a cronologia usual de historiadores, como Washington Dias Lessa (1995) e Ana Paula Goulart (2000), que dividem o período em três fases.

⁹ Segundo a revista PN (20/3/1957), houve um aumento de cerca de 40% nas tiragens do JB, em 1956, depois de iniciada a reforma (GOULART, 2000:137).

2.2.1 As três fases da Reforma do JB

A reforma do *Jornal do Brasil* não teve número zero. O que a caracteriza em primeiro lugar é o andamento gradativo, pausado, prudente. Foi um processo sereno, embora em nenhum momento idílico ou sem resistências. Transformação gráfica, editorial e industrial que passaria a ter profunda influência na renovação de toda a imprensa brasileira, não tem data precisa – sequer ano – de deflagração, nem criador ou condutor único ou preponderante.¹⁰

A primeira fase da reforma do JB começa a partir de 1956, quando o jornalista maranhense Odylo Costa Filho é contratado pela Condessa Pereira Carneiro com a incumbência de modernizar o periódico. O primeiro passo dado por Odylo foi a renovação da redação, com demissões e aposentadorias forçadas de antigos jornalistas do JB – muitos avessos à reforma – e contratação de uma equipe de jovens profissionais vindos de periódicos como o *Diário Carioca* e o *Tribuna da Imprensa*, como Jânio de Freitas, Ferreira Gullar, Carlos Lemos, Wilson Figueiredo, José Ramos Tinhorão, Nilson Lage, Amílcar de Castro, entre outros. Foi essa nova equipe de redatores que interferiu no conteúdo das matérias para melhorar a qualidade de apuração e adotou a fórmula americana do *lead*.

A redação foi organizada por setores – futuramente chamados de editorias – e foram criados novos cargos, como: o chefe de reportagem, o copy desk – chamado, inicialmente, de “re-escrevedor”, e que imprimiu um ritmo mais acelerado aos redatores –, e o paginador – profissional responsável por montar o desenho de casa página, especialmente a capa. Também foram compradas máquinas de escrever –um luxo, à época –, e criadas as laudas marcadas para contagem de texto, que facilitavam a diagramação.

Para cuidar do aspecto gráfico do jornal, Odylo convidou o artista plástico mineiro Amílcar de Castro. Amílcar transformou completamente, mas aos poucos, a identidade visual do *Jornal do Brasil*. Para facilitar a leitura, ele indicou uma “limpeza da página”, com eliminação de fios, títulos em negativo e vinhetas, entre outros. Essa “limpeza” tinha inspiração concretista, movimento que Amílcar participava ativamente como artista. A

¹⁰ Moacyr Andrade, no artigo “A Reforma”, na página 5 da Edição Centenário, em 2010. Disponível em: <http://www.thefreelibrary.com/O+Jornal+do+Brasil+e+as+nocoas+de+tempo+historico+no+fazer...-a0197106147>. Acessado em: 30/11/2011.

retirada dos fios, carro-chefe da reforma, foi sintetizada por meio do axioma “Fios não se lê” (Goulart, 2000). Para se ter uma idéia da morosidade do processo, os fios só desapareceriam da capa na edição de 2 de junho de 1959. Outro axioma criado por Amílcar foi o “Da esquerda para a direita e de cima para baixo”, que procurava sintetizar os princípios da paginação vertical, própria dos jornais de página grande e formato vertical. “A reforma gráfica do JB, além disso, constituiu-se um marco na história do design no Brasil, funcionando, até hoje, como um paradigma para os profissionais dessa área” (Ibidem:137)

Segundo Goulart (2000), esse primeiro momento apresentou mudanças lentas, “mas fundamentais para criar condições para as posteriores transformações mais radicais” (Ibidem:137). Odylo Costa Filho salientou, em entrevista à Associação Brasileira de Imprensa, que a reforma foi semeada pelo benefício da independência que os pequenos anúncios legavam ao jornal das cozinheiras: “a cozinheira é anônima, ela só queria que saísse o anúncio dela”.

A segunda fase da reforma tem início em dezembro de 1958, com a demissão de Odylo Costa Filho. O jornalista foi afastado da direção do *Jornal do Brasil* devido à polêmica levantada com a foto de capa que mostrava o presidente Juscelino Kubitschek estendendo as mãos para o enviado do governo americano Forster Dulles e que foi popularmente relacionada, à época, à marchinha “Me dá um dinheiro aí”.

A chefia de redação foi transferida, então, para Wilson de Figueiredo, que ficou no cargo apenas até maio de 1959, quando Jânio de Freitas assume o posto e imprime um ritmo mais acelerado à reforma. Foi nesse momento que a primeira página do JB passou a adotar o famoso layout do “L” dos classificados, recurso criado por Amílcar de Castro para retirar progressivamente os anúncios que tomavam grande parte do espaço da primeira página. A capa se consagrou ainda, neste momento, pelo uso de fotos e pela ordenação hierárquica dos assuntos por ordem de relevância jornalística.

Jânio de Freitas trouxe outras inovações para a redação como a introdução do teletipo telex e da máquina fotográfica 135. Ele se orgulha, contudo, de outros aspectos da reforma, que são geralmente pouco valorizados: “Gosto de ter feito um plano de cargos, salários e funções. Foi o primeiro da imprensa brasileira, com o qual os jornalistas passaram a ganhar um salário com o qual podiam viver sem ter emprego público” (TRAVANCAS, 1992:63)

A terceira fase da reforma do *Jornal do Brasil* inicia-se em janeiro de 1962, quando o jornalista Alberto Dines assume o cargo de editor-chefe do *Jornal do Brasil*, sistematizando as modificações implementadas anteriormente. Nesse período, a reformulação do jornal iniciada em 1956 é finalmente consolidada. Dines introduz reuniões regulares na redação, organiza as editorias e cria, em 1964, o Departamento de Pesquisa do JB.

Quando fizemos instalar nas editorias do *Jornal do Brasil* aparelhos de TV, para que suas equipes assistissem aos principais programas noticiosos, não estávamos tomando uma iniciativa visando ao conforto dos jornalistas, mas a entronização da TV como o fator a partir do qual vai ser pensada e escrita a matéria jornalística para o dia seguinte (DINES apud GOULART, 2000:216).

Segundo Nascimento Brito, diretor da empresa, Dines sistematizou as modificações, permitindo que se chegasse à verdadeira consciência do que se convencionou chamar de “reforma do JB”. Foi um período de riqueza cultural para o jornalismo, no qual o jornal firmou sua posição na imprensa nacional, ganhando uma nova dimensão como formador de opinião e como parâmetro de modernização editorial e gráfica.

2.2.2 JB pós-reforma: crise financeira

O *Jornal do Brasil* conquistou credibilidade e se tornou um dos principais veículos de comunicação do país a partir das reformas técnicas e de conteúdo implementadas em sua redação no período de 1958 a 1962. O JB passou, então, a ser referência no meio jornalístico e a influenciar outros jornais. A época de prosperidade, contudo, enfrentaria grandes desafios com o golpe militar de 1964. Durante os vinte anos de ditadura, como represália a suas posições políticas, o jornal passou por censura prévia, presença de censores na redação, intimação e prisão de diretores e editores, como também sofreram outros veículos de comunicação à época. Além disso, o JB teve de enfrentar ainda um boicote econômico do Governo, que incluía a suspensão de crédito e de publicidade oficiais, liquidação dos débitos da empresa com entidades públicas, entre outros, e que causariam sérios prejuízos à empresa (FRAGA & VILLELLA, 2005).

Em 1973, o *Jornal do Brasil* transferiu sua sede para um novo prédio situado no número 500 da Avenida Brasil, projetado para abrigar todas as empresas do grupo e até mesmo um possível canal de televisão, que fazia parte dos planos da empresa na época. O canal televisivo, contudo, nunca o foi concedido ao grupo e o JB ainda teve de lidar com problemas financeiros originados também do investimento nas novas instalações. Nesse período, mais precisamente em 1976, o jornal lançou a revista de Domingo e alcançou imediato sucesso editorial.

Com o falecimento da condessa Pereira Carneiro, em 1983, seu genro Manuel Francisco do Nascimento Brito, que atuava no comando da empresa desde a década de 1950, assumiu a presidência do *Jornal do Brasil*. A nova gestão foi marcada pela inserção da informática na rotina do jornal, com a gradual substituição das máquinas de escrever pelos primeiros modelos de computadores pessoais. Nesse período, também foram lançados novos produtos jornalísticos, como os cadernos Cidade e Idéias e a revista Programa.

A década de 1990 foi marcada pelo agravamento da crise empresarial do JB. Na tentativa de reduzir as dívidas, uma das iniciativas tomadas pelo jornal à época foi, por exemplo, terceirizar integralmente sua impressão e parte da distribuição com o jornal O Dia. Uma idéia impensável pelas publicações à época, mas que se tornou posteriormente uma opção mais competitiva diante dos altos custos de produção do meio. Apesar das dificuldades financeiras, vale ressaltar que o *Jornal do Brasil* continuou refletindo editorialmente as significativas transformações pelas quais passava o país, num período de consolidação do processo democrático.

Com o advento da Internet, esse período também foi caracterizado por grandes transformações nos meios de comunicação como um todo. A rede de computadores redesenhou o universo de difusão da informação e o *Jornal do Brasil*, mais uma vez, foi pioneiro na imprensa nacional. O JB foi a primeira publicação brasileira a lançar seu conteúdo na Internet, em 1995. Os testes de mercado começaram em fevereiro e, já em maio, não só passou a publicar a edição diária integral, como também fez com que o endereço eletrônico *JB Online* conquistasse vida própria.

Já na década de 2000, ainda à procura de soluções para assegurar a permanência no mercado, os acionistas do JB arrendaram, por 60 anos, a marca “Jornal do Brasil” à Companhia Brasileira de Multimídia (CBM). O acionista majoritário da corporação, o

empresário Nelson Tanure, assumiu a administração do veículo e deu início a um processo de revitalização empresarial e editorial. O JB apostou no lançamento de novos produtos, como as revistas JB Ecológico, JB Barra e Vida, além de colunas sociais como as de Márcia Peltier, Hildegard Angel e Ricardo Noblat (Ibidem).

2.2.3 O primeiro jornal 100% digital do Brasil

A atitude pioneira do *Jornal do Brasil* no lançamento de conteúdo digital, em 1995, não está vinculada aos motivos que levaram ao fim da circulação do formato tradicional do jornal e à migração para o meio eletrônico, que aconteceu em 1º de setembro de 2010, quando o jornal completaria 119 anos. A verdadeira causa dessa mudança foi a crise financeira enfrentada pelo diário desde os anos 90. Os permanentes problemas financeiros ocasionaram, além de muitas dívidas, queda no número de vendagem, demissões em série de jornalistas e perda de credibilidade. Na ocasião do fim da edição em papel, a redação do JB contava com apenas 60 profissionais e, sem o mesmo prestígio e influência, o JB já estava descredenciado do IVC (Instituto Verificador de Circulação), órgão responsável por auditar o número de exemplares vendidos pelas publicações nacionais. Estimava-se, contudo, que a circulação dele, à época, era de 17 mil exemplares diários.

Com o slogan “Qualidade. Praticidade. Alinhamento com o futuro. Respeito à ecologia, inovação”, o JB justificou a migração do papel para o meio eletrônico como uma tendência no mundo e que procurou se apresentar como pioneiro nessa transição. Alegou oficialmente também motivos ecológicos. “Para cada 100 mil jornais que são impressos, 60 mil são vendidos e 40 mil são jogados fora. É um desperdício fantástico”, afirmou Nelson Tanure, o controlador do *Jornal do Brasil*, em entrevistas à imprensa à época¹¹. De acordo com nota divulgada pelo jornal, a nova fase do JB também utilizaria plataformas multimídias em computadores e aparelhos móveis de qualquer tipo: laptops, desktops, iPhones, Blackberries ou os modernos leitores digitais iPad, Kindle, Nook, Mix.

¹¹ Disponível em: <http://colunistas.ig.com.br/guilhermebarros/tag/nelson-tanure/>, Acessado em 12 de outubro de 2011.

2.3: Caderno B: O caderno de cultura de vanguarda

O Caderno B foi, para alguns pesquisadores, um desdobramento natural dos Suplementos Feminino e Dominical do Jornal do Brasil (SDJB), ambos do *Jornal do Brasil*, e era o que faltava na imprensa nacional à época. Publicado pela primeira vez em 15 de setembro de 1960, o B possuía uma estrutura de revista em folha de jornal e teve papel de precursor dos chamados segundos cadernos no Brasil.

A criação do segundo caderno localiza-se, cronologicamente, entre o movimentado período que intelectualizou o SDJB e a chegada do jornalista Alberto Dines, como editor-chefe do *Jornal do Brasil*.

2.3.1 Suplemento Feminino e Suplemento Dominical do Jornal do Brasil (SDJB): Os embriões

Os anos 1950 no país são aqueles das grandes revistas, como *O Cruzeiro*, dirigidas a toda a família, ou dos tablóides da grande imprensa, que imitam o formato de magazine. De acordo com a pesquisadora Patrícia Ferreira de Souza Lima, em sua tese “Caderno B do *Jornal do Brasil*: trajetória do segundo caderno na imprensa brasileira (1960-85)” (2006), a mídia impressa aproveita esse filão para conquistar o setor feminino.

Em julho de 1960, o Suplemento Feminino passa a circular juntamente ao *Jornal do Brasil*, às terças e sextas-feiras, com oito páginas, nas quais se publicava conteúdos diversos mas, claro, voltados ao universo feminino. Tais como: curtas histórias publicadas a cada número, escritas por Leo Vítor, que se pareciam com os folhetins do século XIX; respostas às correspondências das leitoras recebidas por Gil Brandão; a seção “Pergunte ao João”, também composta de respostas das cartas de leitores; a coluna “O Mundo no bolso”, que reúne pequenas notas de curiosidade, entre outros. Há também muitas sugestões de exercícios físicos, receitas culinárias e dicas de moda e beleza. (LIMA, 2006:60)



A capa da primeira edição do Caderno B, cita a ligação direta entre o B e o Suplemento Feminino: “Com este caderno B, as leitoras do Suplemento Feminino perdem o tabloid que saía de terça a sexta-feira, mas ganham em 8 páginas informações mais amplas e novas colunas”.

Já o Suplemento Dominical do Jornal do Brasil (SDJB) foi encartado semanalmente – no início aos domingos e, posteriormente, aos sábados, para conquistar leitores num dia com vendagem menor - entre os anos de 1956 e 1961. O Suplemento foi criado por Reinaldo Jardim, diretor da *Rádio Jornal do Brasil*, e se tornou palco de importantes discussões culturais de toda uma geração de pintores, poetas, literatos ou críticos.

O SDJB teve participação intelectual direta do Movimento Concretista. O Suplemento funcionava como espaço de difusão do movimento e também funcionava como uma espécie de porta-voz da vanguarda intelectual do país. Nos seus cinco anos de existência, revelou novos críticos, romancistas, contistas etc. Publicou trabalhos de Ferreira Gullar, Bárbara Heliadora, Augusto e Haroldo de Campos, Carlos Drumond de Andrade, José Guilherme Melquior e outros.

Jardim (Ibidem:64) destacou que o SDJB era “muito arrojado para a época”, mas que tinha “grande prestígio” perante os leitores que ele qualificava como de “classe A”. Agradava, portanto, a um público leitor mais amplo que a tradição do *Jornal do Brasil*, conhecido em outros tempos como “o popularíssimo”. O suplemento ganha projeção nacional e é o grande responsável pelo aumento de venda aos domingos.

A despeito disso, em 1961, sob pressão de Nascimento Brito, por causa dos brancos excessivos das páginas – que, para ele, encareciam a produção -, o SDJB encerra sua

história. É importante lembrar que são exatamente as conquistas do SDJB que impulsionaram a criação do Caderno B e, mais à frente, de outros segundos cadernos (Ibidem:65).

A criação do Suplemento Dominical do Jornal do Brasil, meses antes dessa contratação, também é marco desse projeto, do ponto de vista gráfico. Como também o foi, editorialmente, o investimento na ampliação do leque de leitores pela elaboração de nova página feminina, já bem diferente das anteriores tentativas do jornal, e que gera outro suplemento, o Feminino. Identificando-se com o sucesso dos suplementos na imprensa dessa década de 1950, são esses dois empreendimentos, ambos pela mão de Reinaldo Jardim, que irão gerar, logo a seguir, o Caderno B. (LIMA, 2006:27)

2.3.2: Nasce o Caderno B

O *Jornal do Brasil* da condessa é o da reforma, do Suplemento Dominical do Brasil e do Caderno B, que ficaram conhecidos cada um por uma razão específica. O primeiro por ter sido o locus importante de discussão da arte concreta de seu tempo, tendo recebido colaborações de intelectuais e artistas de grande notabilidade até nossos dias, como vimos acima. O segundo, por ter se tornado modelo para o jornalismo cultural brasileiro, permanecendo até hoje como parte inseparável do jornal. (LIMA, 2006:65)

Durante a reforma gráfica do *Jornal do Brasil* (1956-62), um caderno passa a ser reservado para a publicação dos anúncios-classificados, que ocupavam, até então, grande parte da primeira página do jornal e das que se seguiam. Como consequência dessa decisão, em setembro de 1960, Reinaldo Jardim, responsável pela *Rádio Jornal do Brasil* e pelo *Suplemento Dominical do Jornal do Brasil*, convenceu a direção da empresa a criar o Caderno B, com a seguinte argumentação: “Se já existia um primeiro caderno, de atualidades, e um de classificados, faltava alguma coisa no meio: o B, um espaço para a cultura” (Ibidem, 2). Pela primeira vez, o jornal separava tanto as críticas literárias e artísticas, quanto os assuntos femininos em um de seus cadernos diários. Como em outros periódicos daquela época, essas matérias antes mereciam somente algumas páginas dispersas pelo jornal.



Primeira capa do Caderno B, em 15 de setembro de 1960.

Alguns dos principais autores da reforma do *Jornal do Brasil* – Amílcar de Castro, Jânio de Freitas, Alberto Dines – pesquisaram em revistas e jornais dos Estados Unidos, Europa e de países vizinhos latino-americanos, mas a definição de um tratamento diário para as páginas de cultura, separadas em um caderno com capa e contracapa, é tipicamente brasileira.

Nessas páginas, crônicas, serviços, colunas sociais, críticas de filmes, peças, livros ou discos, entre outros assuntos, vêm sempre ilustrados para despertar outros estímulos nos leitores. Antes mesmo do conteúdo, a forma os distingue, pois criou-se uma demarcação palpável entre esses cadernos. Esse “algo a mais” diário está separado fisicamente das notícias e sugere ao leitor que é espaço mais descontraído.

Além disso, as oito páginas do B se diferenciavam por serem um espaço de opinião, enquanto a objetividade passou a ser a meta do primeiro caderno, o de atualidades. Desta forma, além da consolidação de transformações gráficas, o Caderno B também contribuiu com inovações na apresentação das matérias sobre comportamento e moda e de divulgação e crítica artística. Os textos nele publicados valorizam a leveza e a agilidade, criando um tom de cumplicidade com o leitor.

Metaforicamente, seria um oásis, onde se poderia aproximar imagens que não eram miragens, mas sim uma nova constelação de estrelas: Paris com costureiros e estilistas, deuses e diabos na terra do sol, Bossa Nova, Arpoador e Ipanema (que os índios batizaram de Águas impuras), escolas de samba, o estrogonofe

de D. Irene (e da sua homônima precursora dos encontros marcados e fortuitos dos jovens amantes na Praia do Pepino), biquínis camuflados enganando mamãe e papai, e, como não poderia deixar de ser, a moda. Enfim, o Caderno B representava o novo, na medida exata desses tempos, na qual o século prometido comemorava sessenta anos. (CHATAIGNIER. 2005: 123)

O Caderno B conseguiu repercussão nacional e levou outros veículos a criarem cadernos similares. Outros periódicos, como *Correio da Manhã*, *Tribuna da Imprensa* e *Diário de Notícias*, rapidamente reestruturaram seus segundos cadernos tomando o Caderno B como modelo. (LIMA, 2006).

3. A TV no Caderno B dos anos 1960

Para análise do conteúdo televisivo na década de 1960, foram selecionadas dez edições do Caderno B: as primeiras quartas-feiras de dezembro de cada ano. A escolha do dia foi feita de forma aleatória e pensada de forma a facilitar a exame do conteúdo que, a meu ver, seria um mesmo dia da semana. A saber: 7 de dezembro de 1960; 6 de dezembro de 1961; 5 de dezembro de 1962; 4 de dezembro de 1963; 2 de dezembro de 1964; 1º de dezembro de 1965; 7 de dezembro de 1966; 6 de dezembro de 1967; 4 de dezembro de 1968; e 3 de dezembro de 1969.

O caderno B, lançado em 15 de setembro de 1960, foi criado para ser um espaço para tratar da cultura, de entretenimento e de assuntos do cotidiano de forma mais livre, sem “a pretensa objetividade pregada para as notícias engessadas pela forma norte-americana do lide” (LIMA, 2006:4). Em suas páginas, os textos e as colunas tratavam de assuntos diversos, como artes plásticas, cinema, literatura, música, teatro, comportamento e cotidiano – principalmente o carioca -, quadrinhos, entre outros.

No início dessa primeira década, contudo, é possível perceber alguma confusão nos critérios de escolha dos assuntos abordados no B, além de recorrentes mudanças, tanto na seleção de temas, quanto no layout de suas páginas. Vale destacar que o Caderno B foi criado durante a fase de reforma pela qual passava o *Jornal do Brasil*. Um exemplo dessa confusão de conteúdo eram as duas últimas páginas dedicadas ao esporte até o primeiro semestre de 1961. Depois as matérias de esporte foram direcionadas para o primeiro caderno e só apareciam no segundo em ocasiões especiais, como em perfis de craques do futebol ou reportagens com fotos artísticas do turfe.

De acordo com Lima (2006), o tempo – e, acrescento, a experiência – é que levou a definir o critério de separação das matérias que entrariam no primeiro caderno ou no Caderno B. De acordo com a autora, entre 1960 e 1961, por exemplo, ainda não se percebia uma pauta exclusiva para o B. “Se sua função é descontrair, ainda não se pode identificar qual o conceito ou que noções de cultura ele defenderá, explícita ou implicitamente, no texto das matérias. Pelo contrário, não há pretensão de rigidez nas escolhas” (2006:80). Ainda segundo a autora, a peculiaridade do B estava no texto curto e leve e, por isso, em meio a informações sobre rádio, literatura, teatro, e outros assuntos culturais, apareciam

notícias sobre política, economia e ciência, tratadas, entretanto, de forma mais jocosa, através de brincadeiras.

Cabe destacar que o Caderno B incorporou colunas já existentes no corpo do jornal – como ‘Notas e Comentários’, de Souza Brasil; ‘Vida Literária’, de Mauritônio Meira; ‘Artes Visuais’, de Ferreira Gullar; ‘Música’, de Renzo Massarani; ‘Notas Religiosas’, de Antônio Carlos Villaça, entre outras –, além de antigas sessões do Suplemento Feminino, e que, aos poucos, foi incluindo novos temas e contratando mais membros para formar sua equipe. Rito (1990:8), em texto comemorativo pelos 30 anos do Caderno B, salientou, por exemplo, que em seu primeiro número era ainda um caderno indeciso entre reproduzir o modelo de um suplemento feminino ou o assumir uma posição de vanguarda. Mas passou a funcionar “como uma espécie de antena da cultura e do comportamento do Rio de Janeiro”, tornando-se célebre no Brasil.

Lima (2006) afirma que, apesar de em 1960 apenas 4,61% dos domicílios brasileiros possuir televisores, a programação da televisão foi amplamente coberta e criticada no segundo caderno do *Jornal do Brasil* desde o início. Procurei mostrar, contudo, como a programação televisiva, matérias e colunas que abordaram assuntos relativos à televisão nas páginas do Caderno B na década de 60 são escassas.

A partir da análise das dez edições do Caderno B na década de 1960, é possível perceber que o caderno cultural reservava a maior parte de suas páginas para assuntos relacionados a cinema, teatro, arte, literatura e música. Essas formas de cultura “mais clássicas” tiveram colunas assinadas em praticamente todas as edições analisadas¹², geralmente com um tamanho significativo e acompanhadas por fotos ou ilustrações. Além de pautar também a maior parte das matérias do Caderno.

A televisão, apesar de já possuir de dez (1960) anos no começo do caderno, ainda possuía um espaço bastante reduzido no jornal desse período. Um dado importante é que o aparecimento de assuntos relacionados à TV não tem um crescimento progressivo. As edições de 1960, 1962, 1966 e 1968 não possuem qualquer citação à televisão. Em 1963, 1965 e 1967 há a inclusão da programação televisiva nos “títulos” de programação, mas é a edição mais antiga – 1963 – que o faz de maneira mais completa. As edições de 1964 e

¹²As colunas “Cinema”, “Artes”, “Música”, “Teatro” e “Literatura” costumavam vir reunidas numa única folha, ocupando uma página inteira do Caderno B.

1965 trazem uma coluna dedicada à nova mídia – “Televisão”, assinada pelo jornalista Fausto Wolf - mas, em ambas as edições, encontramos apenas críticas e comentários depreciativos quanto à nova mídia. Nos anos seguintes a coluna não é mais publicada e a temática é abordada apenas de forma indireta em matérias que falam sobre a história da Finlândia (1967) e sobre a chegada do homem à lua (1969). Nenhuma matéria abordou a televisão como assunto principal nesta década.



Capa de 07/12/1960

O Caderno B do dia 7 de dezembro de 1960 possui oito páginas – as duas últimas ainda reservadas ao esporte – e era a 13ª página de um total de 32 do *Jornal do Brasil*. Podemos destacar duas características principais nesta edição: a questão da construção de identidade do Caderno e o fato de não haver nenhuma menção à televisão em suas notas e textos. A capa traz uma matéria grande sobre teatro, com foto igualmente grande e o título “Plauto na Maison” na vertical, que falava sobre a peça “Soldado Fanfarrão”. Na capa ainda há chamadas para as notícias “Mulher é sempre notícia”, “Cinema” e “Esporte”. As páginas 2, 5 e 6 trazem as colunas “Vida Literária”, assinada por Mauritônio Meira; “Artes Visuais”, por Ferreira Gullar; “Cinema”, por Geraldo Querioz; e “Teatro”, assinada por Mário Nunes. As páginas 3 e 4 são inteiramente voltadas ao público feminino.

Sobre a importância das colunas e o prestígio de quem a assinava, destaca Ana Paula Goulart:

Assinar uma coluna era ter um espaço nobre na imprensa. Significava adquirir prestígio e notoriedade perante o público e reconhecimento por parte dos seus pares. [...] Ter uma coluna significa, além disso, poder fugir da rigidez dos textos informativos, poder desenvolver o estilo pessoal com uma liberdade que não se tinha no noticiário. (RIBEIRO, 2000:215).



Capa de 06/12/1961

O Caderno B de 6 de dezembro de 1961 apresentava apenas seis páginas, já sem as duas últimas de esporte, e era a 13ª página de um total de 27 do JB. A matéria de capa, “A praia é boa para quem sabe dar bola”, abordava o cotidiano carioca – uma característica marcante do B – e discutia a moda do frescobol nas areias do Rio de Janeiro e a polêmica em torno dos perigos envolvidos no esporte. A televisão, nesta edição analisada, não aparece como assunto de textos ou na coluna de programação, mas ganha grande espaço na segunda página com uma propaganda de grandes dimensões sobre a inauguração da *TV Belo Horizonte*. O anúncio trazia informações sobre a cobertura da Rede Unidas de Televisão (“área de 82.117 Km², abrangendo população de 3.164.644 distribuídos em 150 municípios”) e de outras redes existentes no país - os Sistemas *Tiradentes*, *Record Rio* e *Brasília* – como forma de comparação. Havia também detalhes da programação de inauguração (“Dia 8 – Programação especial desde 18 horas, com a benção da TV BELO HORIZONTE, a presença de S. Excia. O sr. Presidente da República, do Governador do Estado e demais altas autoridades e uma série de programas com o grande elenco da Rede

Unidas de Televisão”) e chamadas do tipo “Mais potência, mais programação, maior público”.



*Página 5 da edição de 06/12/1961,
com grande propaganda da TV Belo Horizonte*

O anúncio televisivo ocupava grande espaço – e, conseqüentemente, tinha grande destaque - na segunda página desta edição do Caderno B. O espaço publicitário trazia informações importantes, como dados técnicos e destaque em sua programação inaugural, como forma de atrair a atenção e possivelmente impressionar o público leitor.

A quarta página da edição reunia as colunas “Arquitetura”, assinada por Claudius S. P. Cecon; “Artes Visuais”, por Ferreira Gullar; “Teatro”, por Bárbara Heliodora; “Literatura”, por Heraclio Salles; “Cinema”, por Cláudio Mello e Souza; e “Música”, por Renzo Massarani.



Capa de 05/12/1962

A edição de 5 de dezembro de 1962 do Caderno B tem seis páginas e uma novidade: o roteiro de programação traz, além da tradicional lista de filmes e peças em cartaz, as exposições e boates da cidade num formato mais próximo dos “tijolinhos”¹³ que vemos hoje. A grade de programação da televisão, contudo, ainda não foi incluída no roteiro. A TV também não é citada em nenhuma matéria ou coluna desta edição do *Jornal do Brasil*. Em relação à capa, esta edição analisada se diferencia das anteriores, já que possui mais conteúdo. Reúne a matéria “Zôo agora é história de vida ou morte”, sobre o zoológico do Rio de Janeiro, com três fotos grandes e sem chamada para continuação em outra página; a coluna de José Carlos Oliveira, que faz uma crítica à peça “Bonitinha, mas ordinária”, de Nelson Rodrigues; uma fotolegenda com o título “Boxe tem miniatura gigante”; e a coluna “Do jeito que o mundo vai”, com notícias internacionais. A página 5 desta edição traz as colunas de cinema, teatro, música e – uma novidade – de jazz, assinada por Luiz Orlando Carneiro. Esta página também contém os “tijolinhos” de cinema, boate, exposição e teatro.



Capa de 04/12/1963

¹³ “Tijolinho” é um jargão jornalístico que diz respeito à informação contida em roteiros de programação. Disponível em: http://www.faac.unesp.br/graduacao/di/downloads/produ%E7%E3o%20grafica/Pequeno_glossario.doc. Acessado em 29/11/2011.

O Caderno B de 4 de dezembro de 1963 vem na 17ª página de um total de 33 páginas do *Jornal do Brasil*, possui seis páginas e, finalmente, apresenta o roteiro de televisão em seu “tijolo” de programação. O roteiro televisivo desta edição vem na página 5 e é o mais completo de todos os analisados neste trabalho, trazendo a programação completa dos canais 2 (*Excelsior*), 6 (*Tupi*), 9 (*Continental*) e 13 (*TV Rio*).



Em 04/12/1963, o “tijolo” de TV – em vermelho – é o mais completo das edições analisadas, com a programação completa dos quatro canais televisivos cariocas.

Entre os tradicionais “tijolos” de cinema e teatro, numa coluna vertical na metade esquerda da página 5, o roteiro televisivo ganha uma extensão grande - maior que o de teatro, por exemplo -, e traz a programação completa dos quatro canais cariocas. O canal 2, *TV Excelsior*, traz 17 programas em horários entre 16h e 1h, como “Cine Infantil Excelsior”, “Tele Novela Colgate”, “J. Silvestre Milhões”, “Teatro 63 – VF de São Paulo”, entre outros. O canal 6, *TV Tupi*, apresenta, entre 16h e 0h15, 16 programas, entre eles “Repórter Esso” e “Alô Doçura – Comédia em TV”. O canal 9, *TV Continental*, apresenta 12 programações entre 15h25 e 0h50, como “Let’s Lern English”, “Show BB – Musical”, “Mesas redondas de Gilson Amado”, entre outros. Já a *TV Rio*, canal 13, reúne 17 programas, das 16h35 às 0h30, como “TV Escola”, “Roteiro das Artes – Comentário”, “Discoteca do Chacrinha – Musical”, “Alô, Mocinho! – Filmes de aventura”, “Bate-Pronto – Análise Esportiva”, entre outros.

Com o roteiro completo dos canais televisivos cariocas, o leitor tinha a possibilidade de conhecer a programação da tevê, se informar sobre os diferentes tipos de programas para

assistir a programação que o agradasse, entre outros. Com o simples “tijololinho” de programação, a TV ganhava uma divulgação maior perante outro tipo de público, o leitor de jornal. Já era um espaço maior conquistado como veículo de lazer e cultura. Das dez edições analisadas, apenas as de 1963, 65 e 67 trazem o roteiro de tevê na página de programação.

O restante da página 5 era composta pela coluna “Cante com a Rádio JB”, também grande, que trazia letras de músicas que seriam transmitidas pela rádio naquele dia. Há ainda os quadrinhos “Zé Candango”, a nota “Cinema inglês troca idéias com o brasileiro”, com foto, e um grande anúncio.

A capa da edição de 1963 traz uma matéria de forte apelo emocional. O texto vem com três fotos grandes de John Kennedy, presidente dos Estados Unidos assassinado em 22 de novembro daquele mesmo ano, com seus filhos e o título “John, com e sem papai”. As colunas “Música”, assinada por Renzo Massarani; “Artes”, por Harry Laus; “Teatro”, por Bárbara Heliodora; “Cinema”, por Cláudio Mello e Souza; e “Literatura”, escrita por Assis Brasil, vêm reunidas na página 4.



Capa de 02/12/1964

A edição de 2 de dezembro de 1964 traz em sua capa a matéria “Um longo dia para dentro da noite”, de cunho social, que fala sobre o cotidiano de moradores de rua do Rio. A edição de 1964 é a primeira que traz a coluna “Televisão”, assinada pelo jornalista Fausto

Wolff¹⁴ e que vem na quinta página do Caderno B. A coluna possui um formato vertical, localizada no canto esquerdo da página, abaixo de “Cinema”, que possui um espaço menor que o seu. Com a crítica “Daqui e de Longe”, a coluna não possui foto ou ilustração e é composta por três notas estruturadas em quatro parágrafos. Em baixo das notas, há ainda a programação completa dos quatro canais televisivos cariocas – *TV Excelsior*, *Tupi*, *Continental* e *TV Rio*. Todas as notas observadas são críticas de tom negativo.

Na primeira, o crítico parabeniza, ironicamente, os relações públicas das redes de televisão que, segundo Wolff, enviam uma média de dez a quinze boletins informativos diários “que não são furos nem tão sensacionais quanto pensam e adjetivam”. E traz exemplos desses boletins informativos, *releases*, no segundo parágrafo - falando sempre de maneira depreciativa em relação à programação televisiva:

Aí vão: continua a dança dos milhões, que é, ao mesmo tempo, uma prova de que a ignorância e a mediocridade triunfam sempre, pois são felizes e o público está triste. Abelardo Chacrinha Barbosa, para quem um sem-número de filósofos populares encontrou vários adjetivos subliminais, já estreou no Canal 2. Na Tupi, há um novo filme que é apresentado todas as segundas-feiras: “Os magníficos Mc Covs”. Ainda não assisti, mas é dublado em português, o que é lastimável.¹⁵

Na nota seguinte, Wolff fala sobre um artigo da revista americana *Time* sobre Jack O’Brian, crítico de televisão do *Journal American* há 14 anos. O artigo traz opiniões de pessoas do meio televisivo, identificadas apenas como um produtor, uma estrela de TV, um patrocinador e um agente de imprensa. Todas as opiniões são críticas e Wolff transcreve algumas delas:

A título de curiosidade, reproduzo para os leitores algumas considerações sobre ele. Diz um conhecido produtor de TV: “Ele escreve a sua coluna com a bÍlis. Não há barreira de bom gosto que ele não consiga desmontar”. Já a estrela de TV comenta: “É o único crítico da televisão americana que

¹⁴Fausto Wolff foi jornalista e escritor. Nascido no Rio Grande do Sul, em 1940, e falecido em 2008, no Rio de Janeiro, Wolff chegou a escrever três colunas simultâneas: sobre televisão no *Jornal do Brasil*, sobre teatro na *Tribuna da Imprensa*, e sobre política no *Diário da Noite*. A partir de 1963, passou a fazer suas críticas também na TV, no *Jornal de Vanguarda*.

¹⁵ *Jornal do Brasil*, 1964, Caderno B, pág 5.

consegue reunir estas qualidades: é rude, incurável, anticristo e vingativo”¹⁶.

Num espaço de possível defesa do crítico americano, Wolff ainda dá algumas descrições que parecem ter a intenção de reforçar sua crítica a O’brian: “que assiste a TV durante seis horas por dia e mantém ligados nada menos que quatro aparelhos”. Entretanto, se o jornalista é especializado em determinado assunto, não me parece estranho ou ruim que ele se dedique demasiadamente a tal objeto. Wolff transcreve a defesa do jornalista americano dada à *Time*, que se auto-descreve como crítico popular: “Se tenho uma coluna e penso com espírito popular só posso dar minha opinião e a de mais ninguém”. E finaliza a nota com informação tendenciosa: “O *Time*, finalmente, se isenta de opinar sobre O’Brian, mas deixa bem claro que ele protege os seus amigos, mesmo que estes tenham sido amigos do Senador McCarthy”.

Na terceira e última nota da coluna “Televisão”, Wolff informa que uma leitora pediu, através de uma carta, um roteiro de programas para toda a semana. As dicas do crítico são sempre acompanhadas de observações negativas, como “os de categoria razoável são raríssimos”, “ainda assistíveis”, “teledrama que pode acrescentar um zero à direita”.

Se gosta de musicais, os de categoria razoável são raríssimos, e estão quase todos na *Excelsior*. Aconselho *Noite de Gala*, todas as segundas-feiras, às 21h, no 2. *Ivon no Ar*, também no 2, às terças-feiras, às 23h15m e, finalmente, ainda no 2, às quartas-feiras, às 23h15, *Roda de Samba*. Ainda assistíveis: *Momentos Musicais*, às sextas-feiras, às 20h35m, no 9, e *Farroupilha em Família*, todos os sábados, às 22h30 no 13. Já os amados programas culturais (os de gabarito) estão todos na Continental, ou seja: *Speak English*, de segunda a sexta, às 17h30m; *Artigo 99*, de segunda à sexta, às 19h e mesas-redondas de *Gilson Amado*, de segunda à sexta, às 22h40m. A *Tupi* apresenta, ainda, um teledrama que pode acrescentar um zero à direita dos conhecimentos do telespectador. Trata-se da série *Ponto Critica*, apresentada todas as sextas-feiras, às 21h30m. Em matéria de teatro, finalmente sem medo de errar aconselho a senhora a assistir todos os sábados ao *O Grande Teatro*, apresentado às 23h30¹⁷.

Podemos notar, dessa forma, que a coluna televisiva ganha um espaço considerável diante das outras colunas culturais, mas que o tom das críticas feitas por Fausto Wolff à

¹⁶ Jornal do Brasil, 1964, Caderno B, pág 5.

¹⁷ Jornal do Brasil, 1964, Caderno B, pág 5.

programação da tevê são todas feitas em tom depreciativo. Até mesmo a nota que faz um paralelo com a televisão – no caso, um crítico de – americana. Vale ressaltar também o conhecimento do crítico sobre o assunto debatido quando Wolff dá dicas a uma leitora sobre o que há de melhor na programação de TV.

Ainda nesta edição, a página 2 traz a coluna feminina “Passarela”, assinada por Gilda Chataignier, e a página 3 reúne as colunas “Música”, “Literatura”, “Trivial Variado”, assinada por Rubem Braga, e “O homem e a fábula”, por José Carlos Oliveira.



Capa de 01/12/1965

A edição de 1º de dezembro de 1965 traz novamente, entre suas sete páginas, a coluna “Televisão”, assinada ainda por Fausto Wolff, na página 2. O roteiro de programação, na página 6, também inclui a tevê. O espaço dedicado à TV, porém, é menor que o de 1963 e traz apenas algumas dicas de programas. “Esta é Duda” é a matéria da capa desta edição do B, que, entre muitas fotos, apresenta uma nova modelo e atriz que começava a fazer sucesso internacional.

A página 2 é formada pelas colunas: “Religião”, assinada por Martins Alonso, única em formato horizontal e com destaque na parte superior da página; “Artes”, assinada por Harry Laus, única coluna com imagem; “Jazz”, escrita por Luiz Orlando Carneiro, coluna de menor tamanho; “Música”, por Renzo Massarani, coluna vertical, do mesmo tamanho que a de tevê; e “Televisão”, assinada por Fausto Wolff, coluna vertical, localizada no canto esquerdo da página.

Com o título “E se Édison julgasse a luz contraproducente”, a coluna é formada por seis parágrafos – que fala de um mesmo assunto - e não traz mais a programação televisiva em sua parte inferior, como no ano anterior. Na nota, o crítico disserta, em tom de indignação, sobre uma notícia que leu no jornal *O Globo*. A nota informava que um produtor da *Rede Globo* que regressou da Europa considerou a produção de lá pouco aproveitável no país, já que o nosso público já teria se habituado com as produções nacionais. Segundo Wolff, o produtor afirmava ainda que se acostumar com a programação européia – formada, em sua maior parte, de música e conhecimentos eruditos, segundo o próprio produtor – seria contraproducente. Wolff, então, constrói um discurso indignado contra a qualidade de nossa televisão e os homens que ganham dinheiro com a TV brasileira.

Sobre esta notícia que leva o título de “Programação da Tv Européia não é boa para o Brasil”, gostaria apenas de fazer brevíssimo comentário. O produtor que fez estas infelizes declarações reflete a imagem fiel dos *babitts* da TV nativa: TV é negócio e negócio se fatura. Não importa que esse negócio arrebente com o cérebro de um sem-número de crianças, adolescentes e mesmo adulto com a personalidade em formação. Se o povo é feliz, analfabeto, pra que tentar dar-lhes conhecimentos? Seria contraproducente. E o incrível, leitores, é que esses cidadãos acreditam nisso¹⁸.

Com um discurso que dialoga com o leitor (“E o incrível, leitores..”, “Já imaginaram, os leitores..?”), Wolff continua sua árdua crítica e faz, inclusive, insultos ao mencionado produtor: “Mas o produtor acha contraproducente elevar o nível da nossa TV, pois, certamente, o seu padrão teria aborrecimentos. Já imaginaram, os leitores, como o padrão ficaria aborrecido por ter de contratar pessoas alfabetizadas?”. Fausto Wolff deixa claro, durante sua argumentação, que considera a televisão européia uma TV de qualidade superior à nossa, que é centrada apenas no lucro de seus donos, “senhores feudais da TV brasileira”, como caracteriza o crítico. E, por isso, Wolff reage com indignação à opinião do produtor da *Rede Globo* de Televisão, utilizando o leitor do JB como interlocutor, na tentativa de comprovar que aquela opinião era um forma de atentado à qualidade da tevê

¹⁸ Jornal do Brasil, 1965, Caderno B, pág 2.

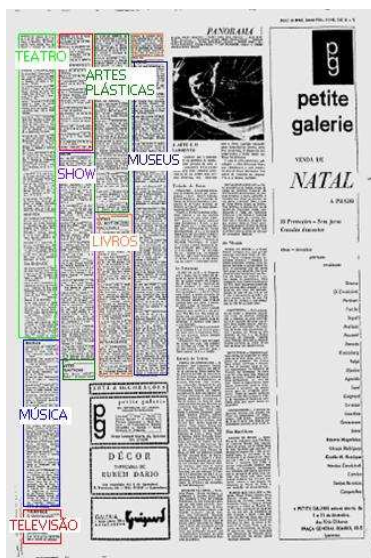
brasileira e ao público nacional. “Estes, porém, são obrigados a permanecer por aqui e ver *O Direito de Nascer*, na TV, que parece ser, no Brasil, o único direito que o povo possui”, conclui o crítico, fazendo menção à telenovela exibida pela *TV Tupi*, em 1964.

Ainda nesta edição do Caderno B, a página 3 traz uma entrevista com a atriz Fernanda Montenegro, que fala sobre seu retorno ao teatro e as dificuldades da vida de atriz. Na matéria “Fernanda volta com eterno feminino”, fala-se da profissão do ator como se fosse restrita ao teatro, deixando de lado outras formas artísticas como a televisão e mesmo o cinema.

A profissão de ator, tida e havida como irregular e aventureira durante tanto tempo no Brasil e que apenas no atual Governo obteve o reconhecimento da lei, filiada até bem pouco tempo a um instituto de comerciários, estabelece para os leigos uma visão errônea e romantizada de vida boêmia, indisciplinada, aturdida e até povoada de certos desmandos pessoais. A verdadeira função de um intérprete de teatro, regular e necessariamente muito disciplinada, é melhor definida por Fernanda Montenegro assim (...) ¹⁹

A página 6 inicia o roteiro de programação. Além da coluna “Pergunte ao João”, a página é inteiramente preenchida com as notas “O que há para ver”, sobre cinema, televisão, livros, museus, entre outros. O “tijolo” de tevê é ainda relativamente grande, mas não traz a programação completa dos canais cariocas. É formado pelas chamadas “O Programa de Hoje”, que indica um programa de qualquer emissora, e “Sugestões”, com um espaço maior para dicas de programação. No primeiro caso, a dica é do programa “Onda Mulher – Jornal Feminino”, veiculado na *TV Tupi*, às 19h05. Nas dicas gerais, há cerca de 20 programas, de todos os tipos, desde infantis, musicais e jornalísticos, como “Capitão Furacão” (canal 4), “Popeye” (canal 2), “Jornal de Vanguarda” (canal 6), “Patrulha Fantasma – filme policial” (canal 6), entre outros.

¹⁹ Jornal do Brasil, 1965, Caderno B, pág 3.



Na edição de 01/12/1965, o roteiro televisivo - em vermelho - traz sugestões de programação, como “Jornal De Vanguarda” e “Capitão Furacão”.

A página 7, além de uma continuação dos “tijolinhos”, traz também a coluna “Panorama”, com notas de diversos assuntos culturais e assinaturas:

Fausto Wolff (Televisão) - Harry Laus (Artes Plásticas) - Lago Burnett (Literatura) - Maurício Gomes Leite (Internacionais) - Miriam Alencar (Cinema) - Renzo Massarani (Música) - Mauro Ivan e Juvenal Portella (Música popular) - Yan Michalski (Teatro) - Simão Montalverne (Shows)²⁰.

Nenhuma nota sobre televisão, contudo, foi encontrada na coluna “Panorama” desta edição.

²⁰ Jornal do Brasil, 1965, Caderno B, pág 7.



Capa de 07/12/1966

O Caderno B do dia 7 de dezembro de 1966 vem publicado na 17ª página, de um total de 39, do *Jornal do Brasil*. Com sete páginas, esta edição não faz nenhuma menção à TV: “Televisão” não aparece mais entre as colunas do Caderno, nem a programação dos canais televisivos é incluída no roteiro de “tijolinhos”. Esta edição do B apresenta um anúncio publicitário de grande dimensão em sua primeira página, que divide o espaço da capa com a matéria “Papai Noel, de verdade”. A página 2 reúne as colunas: “Teatro”, “Música”, “Discos Populares”, “Arte”, e até a coluna “Medicina”, escrita por Ascanio Monteiro, figura no Caderno B. A coluna “Panorama” aparece desmembrada em colunas menores, como o “Panorama – das letras”, “das artes plásticas”, “do teatro”, “do cinema, e “do disco”. A página 7 traz o roteiro de programação, que possui indicações mais variadas, incluindo, por exemplo, dicas de restaurantes e parques e jardins. A televisão, contudo, não aparece em nenhum “tijolinho”, nem nas notas da coluna “Panorama”.



Capa de 06/12/1967

A edição de 6 de dezembro de 1967 do B possui sete páginas, de um total de 45 do *Jornal do Brasil*, que está maior, e retoma o assunto “televisão” em seus “tijolinhos” e também em uma matéria sobre a Finlândia. Nesta matéria, há informações sobre diversos itens da cultura finlandesa, entre eles, a TV, que ganha destaque no texto, com três tópicos que trazem dados e estatísticas sobre a TV finlandesa.

A capa desta edição do Caderno B traz a matéria “Além da linha do pudor”, que fala da minissaia e o duelo entre a moda e o pudor, com muitas fotos. A página 2 reúne as colunas “Teatro”, “Artes”, “Cinema”, “Música”, e a “Panorama – das letras”. A coluna “Panorama” aparece ainda nas páginas 5, “das artes”, e 7, “da música”. A programação televisiva, mais uma vez, não é abordada nesta coluna cultural.

É a página 5 que traz a matéria “Finlândia: 50 anos de Independência”, uma matéria grande, que preenche praticamente toda a página, com algumas fotos na parte superior, e, como o título antecipa, é um texto comemorativo pelo aniversário de independência do país europeu. A matéria, que não leva assinatura de nenhum jornalista, traz informações diversas sobre a Finlândia, principalmente assuntos relacionados à sua cultura, em tópicos como “vidro da Finlândia tem 286 anos”, “cerâmica”, “tecidos”, “móveis”, “novo centro”, entre outros. Três tópicos são dedicados exclusivamente à TV finlandesa: “Invasão da TV foi consumada”, “Juventude” e “Programas”.

No primeiro tópico, há informações básicas sobre quando surgiu a TV no país, o número de receptores, a cobertura e os canais televisivos: “O trabalho foi iniciado em base

experimental, há 11 anos, e transmissões regulares começaram em 1956. Até novembro de 1967, havia cerca de 900 mil receptores no país, com condições de recepção através da área que contém a maior parte da população. Há dois canais, TV 1 e TV 2, e 95% da população assiste ao programa um, enquanto o dois alcança quase 40% dos finlandeses”. Nesse mesmo tópico, ainda se discute as conseqüências da TV, “tecnicamente uma das mais modernas do mundo”, para o cinema do país:

O retrocesso que começou em 1956, reduziu consideravelmente a freqüência aos cinemas. Mas o ciclo de negócios é oscilante, e “é a TV que mais afeta o índice da audiência de cinema. De 1955 a 1961, o total de freqüentadores de cinema na Finlândia tem declinado 32%, mas desde 1962 a direção mudou. Na área de recepção de TV no Sul da Finlândia o total de freqüentadores de cinema baixou em 23% em um ano. Em 1961 foi anunciado que 17 cinemas foram obrigados a fechar por falta de lucro²¹.

No tópico “Juventude”, o destaque é para a produção recente e de grande qualidade técnica da TV no país - “O equipamento, os estúdios e os métodos representam o que há de mais moderno em televisão”, especifica o texto. Já em “Programas”, a matéria destaca a conexão com as eleições, com a publicação dos resultados minuto a minuto, e traz números: “A televisão finlandesa produz mais peças de TV do que qualquer outro país nórdico e a média de tempo de transmissão semanal para a primeira rede é de 45 horas”.

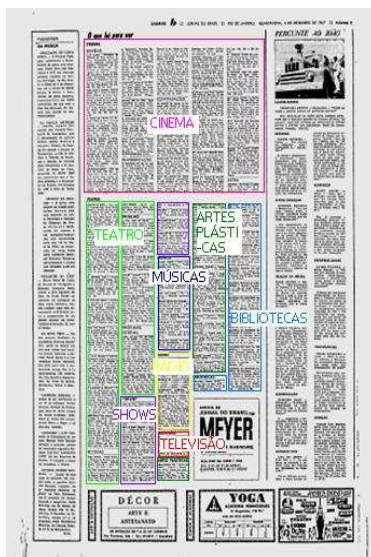
As páginas 6 e 7, como de costume, são dedicadas aos roteiros de programação cultural da cidade. A 6 é quase inteiramente tomada por anúncios publicitários (divididos em “Vamos ao Teatro” e “Show e boate”). A 7 traz as colunas “Pergunte ao João” e “Panorama – da música” em meio a um grande espaço de “tijolinho” de cinema, teatro, show, música, rádio (apenas a *Jornal do Brasil*), televisão, artes plásticas e bibliotecas. A parte dedicada à TV é pequena e traz apenas três dicas de programação:

BATALHA NAVAL (2) às 17h35m – didático, instrutivo, participante.

TV ESPECIAL BIBI (6) às 20h15m – o nome da hostess é uma

²¹ *Jornal do Brasil*, 1967, Caderno B, pág 5.

recomendação.
SESSÃO DA MEIA NOITE (4) às 24h – filme de longa metragem.²²



A edição de 06/12/1967 é a terceira e última das dez analisadas que inclui “tijolinho” de televisão – em vermelho. Na nota, há apenas três dicas de programação.

Nesta edição do B, apesar da televisão ser assunto abordado no Caderno, é feita de forma pequena e indireta. A coluna “Televisão”, que discutia a produção televisiva nacional, não é mais publicada e o veículo é mencionado – agora, com diversos elogios – numa matéria completamente distante da realidade nacional – sobre os 50 anos de independência da Finlândia. O “tijolo” de televisão é muito pequeno e não traz a programação completa das emissoras. O texto reúne apenas três indicações de programação televisiva, com pequena informação opinativa em um deles “didático, instrutivo e participante”. É o menor “tijolo” de televisão das três edições que a trazem em seu roteiro – 1963, 1965 e 1967. A coluna “Panorama”, que foi anunciada como coluna de notas de diversas formas de cultura, como cinema, teatro, televisão, música, entre outros, até esta edição não mencionou qualquer informação relativa à programação televisiva.

²² Jornal do Brasil, 1967, Caderno B, pág 7.



Capa de 04/12/1968

O Caderno B de 4 de dezembro de 1968 não traz nenhuma informação referente à televisão. Não há nenhuma coluna que aborde o tema, roteiro com a programação ou menção em alguma matéria da edição. Com sete páginas, a 24ª de um total de 50 do *Jornal do Brasil*, o B traz na capa um grande anúncio publicitário de uma loja de utensílios para casa. No espaço que sobra na primeira página, há uma chamada para matéria na página 4, a primeira da série “Perdidos na Selva”. A página 2 reúne colunas sobre “Música”, “Teatro” e a “Panorama – das letras”. A “Panorama” aparece ainda na páginas 3, com notas “do cinema” e “do teatro”.



Capa de 3 de dezembro de 1969

A edição de 3 de dezembro de 1969 do B também não tem nenhuma coluna que aborde a tevê – como “Televisão” ou mesmo a “Panorama”-, nem roteiro com sua programação. Entretanto a TV é citada na matéria de capa, “A Imagem que Faltava”, que fala sobre a chegada do homem à lua e não é assinada por nenhum jornalista.

A única falha na alunissagem do Intrépido foi a televisão. Faltava-nos a imagem completa desta nova viagem. Mas as imagens agora nos chegam nas fotos divulgadas pela ANAE, visão quase familiar e ainda emocionante. “Céus, como isto é lindo!”, exclamava Conrad ao aproximar-se da superfície lunar²³.

Nesta edição do Caderno B, a televisão é citada de forma indireta e, mais uma vez, em um tom depreciativo. Apesar da matéria exaltar o triunfo da chegada do homem à lua, faz menção à única falha do pouso na lua pelo “Intrépido”: a cobertura televisiva. A chamada na capa é pequena e o destaque é dado para a imagem, com cinco grandes fotos. Esta edição do Caderno tem sete páginas, e começa na 31^a, num total de 55 páginas do JB, com uma edição ainda maior que as anteriores.

A página 2 traz uma crítica de cinema e as colunas “Cinema”, “Música” e “Livros”. Na página 3, a coluna do “Zózimo”, com notas sociais, culturais, políticas e de assuntos gerais, que aparece pela primeira vez entre as edições estudadas, divide espaço com a coluna “Panorama – das letras, do teatro e das artes”. As páginas 6 e 7 são, novamente, reservadas para notas e anúncios de programação e lazer na cidade. No “tijolinho”, além das clássicas notas de cinema, teatro, show, entre outros, há também as sessões “O que há para fazer no mundo” – que já aparece na edição de 1968 – e “O que há para fazer em S. Paulo”. A programação televisiva, contudo, não é registrada nestas colunas.

²³ Jornal do Brasil, 1969, Caderno B, capa.

4. A TV no Caderno B dos anos 2000



06/12/2000



05/12/2001



04/12/2002



03/12/2003



01/12/2004



07/12/2005



06/12/2006



05/12/2007



03/12/2008

“E talvez não haja mais a possibilidade de pensar o Brasil sem pensar a TV”. Eugênio Bucci (2000:8)

Na década de 2000, o Caderno B, já com quatro décadas de existência, é um caderno de cultura estruturado e com características bem definidas. Diferentemente da década de 60, não percebemos nas edições analisadas tantas mudanças nos assuntos abordados²⁴ ou no design das páginas. As edições de 2000 são igualmente as das primeiras quartas-feiras de dezembro de cada ano: 6 de dezembro de 2000, 5 de dezembro de 2001, 4 de dezembro de 2002, 3 de dezembro de 2003, 1º de dezembro de 2004, 7 de dezembro de 2005, 6 de dezembro de 2006, 5 de dezembro de 2007 e 3 de dezembro de 2008. A edição de 2 de dezembro de 2009 não estava disponível, durante o período de pesquisa deste trabalho, na Biblioteca Nacional – o arquivo impresso estava em processo de microfilmagem-, nem no CPDoc do *Jornal do Brasil*.

A televisão, após 50 anos de sua chegada ao Brasil, já é o maior veículo de cultura de massa do país. Os programas televisivos em geral e, principalmente, as telenovelas conquistam grande audiência e pontos no Ibope²⁵, além de enorme verba publicitária e espaço em outras mídias. Na orelha da obra “*Televisão levada a sério*” (2003), Arlindo Machado destaca a importância da TV na sociedade brasileira atual: “Desde que foi inaugurada no país, há meio século, a televisão não deixou de crescer em importância, a ponto de firmar-se hoje como o meio de comunicação de maior influência nos costumes e na opinião pública”. Exemplo do sucesso do veículo entre o público brasileiro é a audiência²⁶ das novelas das 21h da Rede *Globo*. Na década em questão, o folhetim “*Senhora do Destino*”, de Agnaldo Silva, veiculado em 2004, marcou média de 50 pontos no Ibope. “*América*” (2005), de Glória Peres, marcou 49, e “*Páginas da Vida*”, de Manoel

²⁴ Na década de 1960, o Caderno B estava ainda formatando suas características e, como já discutimos, abordava assuntos não relacionados a cultura, lazer e cotidiano, como esporte, medicina (coluna) e arquitetura, entre outros.

²⁵ Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. Criado em 1942, o Ibope fornece um amplo conjunto de informações e estudos sobre mídia, opinião pública, intenção de voto, consumo, marca, comportamento e mercado, no Brasil e em mais 14 países.

²⁶ Disponível em www.ocabidefala.com/2011/07/televisao.html. Acessado em: 6 de novembro de 2011.

Carlos (2006), teve média de 47 pontos. Um ponto no Ibope equivale²⁷, numa média nacional, a aproximadamente 188 mil domicílios e 620 mil e 400 telespectadores.

No Caderno B, a televisão também consolida seu lugar. Na década de 1960, com um espaço pequeno e restrito à programação cultural (“tijolinhos”) ou a uma coluna que fez – nas edições analisadas – apenas referências negativas sobre sua programação, agora a televisão ganha, em todas os jornais examinados, uma coluna dedicada exclusivamente a ela – com diferentes extensões e nomenclaturas – como “Antena”, “TV”, “Televisão – a cada ano. Esta coluna é geralmente publicada na quarta ou quinta página, de um total de oito do Caderno B, sempre antes dos “tijolinhos”. Reúne a programação completa de todos os canais da tevê aberta²⁸, resumo das novelas em exibição, dicas de filmes e programas e, em menor número, análise qualitativa de programas feita por um crítico especializado. No B, esse espaço de indicações de programas é voltado quase que exclusivamente para os canais a cabo, que são pagos e pouco acessíveis a grande parcela da população. Silvia Borelli (2000:142) afirma que a “TV paga é formada pelas classes com maior poder aquisitivo”.

Grande parte das matérias abordadas no Caderno B ainda tratava de assuntos relacionados a cinema, teatro, literatura, exposição e formas de arte em geral. Das nove capas analisadas, por exemplo, quatro tratavam de música, duas de teatro, uma falava sobre literatura, e as outras duas abordavam exposição e dança. Nenhuma discorria sobre televisão. Este dado provavelmente se relaciona ao fato de o *Jornal do Brasil* ser um periódico elitizado, voltado para as classes média e alta da zona sul carioca. Segundo Arlindo Machado (2003), existe um certo preconceito em relação à TV na medida em que não soa, de acordo com o autor, muito inteligente dizer-se apaixonado pela televisão. “Se a confissão de amor pela literatura ou por quaisquer outras formas sofisticadas de arte funciona como uma demonstração (às vezes também uma impostação) de educação, refinamento e elevação do espírito, a paixão pela televisão é, em geral, interpretada como sintoma de ignorância, quando não de desequilíbrio mental” (2003:9).

Na década de 2000, todas as edições do Caderno B possuem oito páginas. Apesar de haver uma ou outra pequena mudança a cada ano, as duas ou três primeiras páginas

²⁷Disponível em <http://www.midiainteressante.com/2011/10/quanto-vale-1-ponto-no-indice-do-ibope.html>. Acessado em: 13 de novembro de 2011.

²⁸ TVE, Globo, Rede TV!, Bandeirantes, CNT, SBT e Record.

costumam ser preenchidas com matérias que tratam de assuntos relacionados à cultura e ao lazer, como música, teatro, cinema, entre outros. Nas páginas centrais (B4 ou B5) há sempre uma coluna social, assinada, durante aquela década, respectivamente, pelas jornalistas Danuza Leão, Márcia Peltier ou Hildegard Angel. As páginas seguintes (B5 ou B6 ou B7) são geralmente destinadas à programação cultural da cidade – os “tijolinhos”. Por fim, a última página, B8, em quase todas as edições, é preenchida pela coluna da jornalista Heloisa Tolipan.

Na edição de 6 de dezembro de 2000, a televisão ganha um espaço grande – meia folha - na página 6 com a coluna “Antena”, assinada pela jornalista Gabriela Goulart e inteiramente dedicada a assuntos televisivos. A coluna ocupa toda a metade direita da página e divide espaço com a lista de “tijolos”. Nesse espaço, além da programação completa das tevês abertas e as dicas “Filmes/TV aberta” e “Filmes/TV Por Assinatura”, há várias notinhas com informações de programas televisivos, como “Plus a mais” (sobre a programação da HBO), “Alívio Inicial” (que fala do quadro “Sufoco”, do Domingão do Faustão), “Troca de Papéis” (sobre a regravação de “Família Trapo”, pela *Record*, com atuação de apresentadores da emissora), entre outros. Esta coluna televisiva possui dois diferenciais em relação às outras analisadas nesta década: além de tratar, em suas notas, também da programação da TV aberta – enquanto a grande maioria abordará apenas os programas de canais a cabo -, traz ainda dicas de programação com a opinião e assinatura de um jornalista especializado, além de informações gerais, curiosidades e outras abordagens da programação televisiva. Um exemplo disso é a nota “Olho Vivo”, sobre o *SBT*, que informa uma curiosidade do veículo, e ainda subentende um conhecimento prévio do leitor sobre o assunto (disputa entre *SBT* e *Globo*):

O *SBT* ganhou o Prêmio Caboré na categoria Veículo de Comunicação do ano. Concorreu com a Gazeta Mercantil e o portal Terra. Algumas semanas antes, a direção da emissora de Silvio Santos enviou várias corujinhas – símbolo do prêmio – com o logotipo do *SBT* nos olhos para os publicitários que escolhem os vencedores. Texto que acompanhou o mimo: “Muito obrigada a você que colocou a gente na frente da *Globo* até na disputa do corujão”.²⁹

²⁹ Jornal do Brasil, 2000, Caderno B, pág 6.

Essa característica aparece também no tópico “Câmera On”, da coluna “Televisão”, assinada pela jornalista Carmem Maura, na edição de 2006.

A matéria da capa de 6 de dezembro de 2000, “Divas do Futuro”, fala sobre a nova geração de cantores líricos brasileiros que voltaram ao Rio para apresentar dois recitais após o reconhecimento na Europa. A página 2 reúne matérias sobre cinema (“Berlim honra Kid Douglas”, sobre o Festival de Berlim), exposição (“Exposição e samba de Sargento”) e literatura (“Diferentes olhares para o conto”). A página 4 é inteiramente dedicada à programação de cinema na cidade e a 5 traz a continuação dos “tijolos”.

Na edição de 5 de dezembro de 2001, a coluna sobre televisão aparece também na sexta página, mas com um espaço menor, sem assinatura e sem notas sobre a programação televisiva. Dividindo espaço com a continuação do “tijolinhos”, “TV” é editada na metade inferior da folha e, diferentemente de “Antena”, não ocupa um lugar de destaque na página. Reúne apenas a programação da tevê aberta, os resumos das novelas e o tópico “TV Por Assinatura”, com apenas dicas de filmes, cerca de quatro, e suas respectivas sinopses. Os resumos das novelas, nesta edição, tratam apenas daquelas das redes *Globo* e *SBT*: *A Padroeira* (18h – *Globo*), *Abraça-me Muito Forte* (18h20 – *SBT*), *As Filhas da Mãe* (19h10-*Globo*), *Pícara Sonhadora* (20h15 – *SBT*) e *O Clone* (20h50 – *Globo*). A organização das obras na página é por ordem de horário.



Página 6 da edição de 05/12/2001: coluna “Antena” ocupa grande espaço na folha

A capa desta edição do Caderno B traz a matéria “Crônicas Visuais”, que, com cerca de sete fotos, fala da exposição e do livro que celebraram a obra do fotógrafo francês Marcel Gautherot. As páginas 2, 3 e 4 reúnem matérias relacionadas à história em quadrinho (“Amassaram o Homem Morcego”, com imagem), ao cinema (crítica “Vôo sem Escalas”, com foto) e à literatura (“O Som dos Continentes”, sobre o lançamento do livro do inglês Paul Gilroy). A página 5 é reservada à coluna B Programa, que dá início à programação cultural.

A edição de 4 de dezembro de 2002 é bastante similar à anterior em relação à cobertura televisiva. A coluna “TV” vem na mesma página, com o mesmo pequeno espaço e um enfoque semelhante. Nenhuma outra coluna ou matéria cita a programação televisiva. A partir da edição de 2002, as páginas são numeradas com a inicial do caderno: B1 a B8. A página B6 é dividida entre a continuação dos “tijolinhos” e “TV”, que aparece novamente na metade inferior da página e com pequeno destaque. O seu conteúdo é preenchido com a programação dos canais abertos, o resumo das novelas, dicas de filmes somente de canais por assinatura e um Box³⁰ indicando, com maior destaque, o filme “Os Vikings”, que seria veiculado no Telecine Classic, mais um canal a cabo. Nos resumos de novela, mais uma vez somente produções das redes *Globo* e *SBT*: Sabor da Paixão (18h05 – *Globo*), O Beijo do Vampiro (19h15 – *Globo*), Pequena Travessa (20h15 – *SBT*) e Esperança (20h55 – *Globo*).

A matéria de capa desta edição, “Mariah in Rio”, trata das expectativas para o show da cantora Mariah Carey na cidade. As páginas B2 e B3 abordam matérias relacionadas à música (“Outros bárbaros, mas ainda doces”, sobre o encontro de Gal Costa, Maria Bethânia, Caetano Veloso e Gilberto Gil; e “Paixão pela platéia carioca”, sobre o lançamento do novo CD de Luciana Mello no Rio) e ao cinema (“Cinema tem fórum em Niterói” e “Mercosul visual”). A página B4 apresenta uma novidade: a coluna “DVD”, encontrada apenas nesta edição, que traz crítica de filmes e dicas de DVDs recém-lançados, e a página B5 é, mais uma vez, dedicada aos “tijolos” de programação cultural.

Na edição de 3 de dezembro de 2003, a coluna que trata da programação televisiva muda seu nome para “Televisão” e passa a ser publicada na parte superior página B7, ainda dividindo espaço com os “tijolinhos”, mas com um destaque maior. Na coluna, além da

³⁰ Quadro destacado do texto por fios.

tradicional programação das tevês abertas, resumos de novelas e dicas de filmes das TVs a cabo, agora há também dicas de filmes também em canais abertos e a coluna “Veja Também”, com dicas de programação. As três dicas apresentadas são todas de programas de TV por Assinatura (o programa Saia Justa, do GNT; a série *The Wing*, da Warner; e o programa Meninas Veneno, na MTV). Há também o box “Destaque”, com foto, que fala sobre o especial inédito *Britney Spears: In the zone*, veiculado pela Sony. Nesta edição, a cobertura televisiva é dedicada quase exclusivamente à programação das tevês por assinatura.

A matéria de capa, “Um solo de crítica”, apresenta as opiniões da coreógrafa Lia Rodrigues sobre o Ministério da Cultura. As páginas B2 e B5 abordaram, em suas matérias, assuntos relacionados à literatura (coluna “Poesia”, assinada por Marcos Vinícios Vilaça, membro da Academia Brasileira de Letras), teatro (“Público esgota ingressos de ‘Intimidade’”) e música (“Novos vãos do Mosca”, sobre o lançamento do CD do cantor).

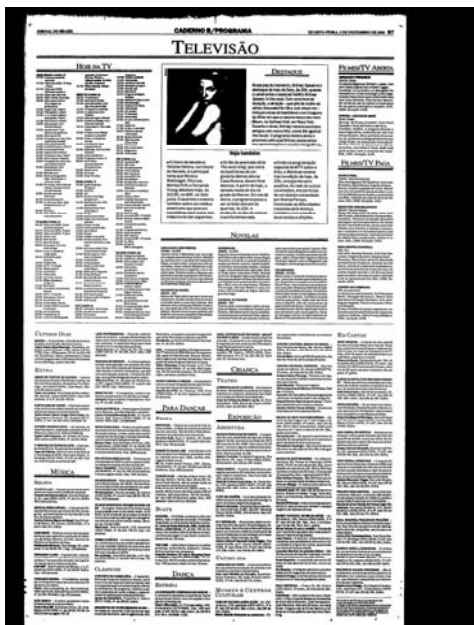
A cobertura televisiva da edição de 1º de dezembro de 2004 é bem parecida com a anterior: “Televisão” vem na parte superior da página B7, com dicas de programação e Box com fotos. Mais uma vez dividindo o espaço com o restante da programação do “tijolos”, a coluna televisiva traz a programação de todos os canais abertos, o resumo das novelas e os tópicos Filmes/TV Aberta e Filmes/TV Paga. No resumo de novelas, pela primeira vez aparece uma produção da *Rede Record* – “Escrava Isaura” -, que acompanha três produções da TV *Globo* e uma do *SBT*. Há também dois boxes: o “Destaque” e o “Veja Também”. O primeiro, como o nome indica, dá um destaque maior à indicação, com foto e maior riqueza de detalhes. Nesta edição, o destaque é para a programação especial sobre a Aids, veiculada pelo canal a cabo GNT:

O GNT inicia hoje uma programação especial sobre a AÍDS, aproveitando o dia internacional de combate à doença. Serão exibidos três documentários inéditos até sexta, na faixa GNT.DOC, sempre à meia noite, e uma reportagem especial de Jairo Bouer (foto) no “Armazém 41”, hoje, às 22h30. À meia-noite, “Nós, mulheres”, apresentado pela atriz Emma Thompson, mostra como a doença vem se espalhando entre as mulheres. “Mulheres positivas”, amanhã, produzido pela BBC, retrata o cotidiano de três mulheres contaminadas pelo vírus

HUV. Por fim, na sexta, “Aids – A assassina global”, faz um longo estudo da trajetória da doença³¹.

O box “Veja Também”, sem imagens, traz três notas com dicas de programas, todos de canais a cabo: “Aventura”, da ESPM Brasil; “*True Holy Wood Story*”, no canal *E! Entertainment*; e a programação também especial sobre Aids no canal Futura. Essas notas possuem bastante informação sobre os programas – canal, dia, horário e uma pequena sinopse -, e dados objetivos, mas não trazem nenhuma crítica de um jornalista informando se a programação é boa ou ruim. Entretanto, como estão em evidência nos boxes, o leitor tende a considerar que sejam boas dicas. O fato terem sido selecionadas para um espaço como este já dá um destaque para o assunto.

Uma das personalidades mais bem pagas do showbizz americano, Oprah Winfrey tem a trajetória contada no *True Holy Wood Story*, hoje, às 21h, no *E! Entertainment*. A atração mostra como ela, uma mulher negra, precisou superar muitos obstáculos, da infância difícil, quando sofreu abuso, à patrulha dos tablóides com relação a seu peso³².



Página B7 de 01/12/2004: coluna “Televisão” na parte superior da folha, com maior destaque.

³¹ Jornal do Brasil, 2004, Caderno B, pág 7.

³² Jornal do Brasil, 2004, Caderno B, pág 7.

A capa desta edição traz a matéria “Skylab com cortes”, que fala sobre o lançamento do quinto disco do cantor Rogério Skylab. O Caderno aborda ainda assuntos relacionados à literatura - a página B2 traz uma crônica assinada por Nélida Piñon, romancista da ABL; ao cinema - a B3 apresenta a coluna “Filme em Questão”; e à música, com as matérias, na página B4, “Na trilha dos ruídos”, e a crítica musical “Fernanda Porto ingressa no pop rock”.

A edição de 7 de dezembro de 2005 traz uma grande novidade em relação à cobertura televisiva nesta década: a coluna “Eu Odeio TV”, assinada por Thomas Villena. Ela aparece no início do Caderno B - página B2 -, não é acompanhada por imagens e faz fortes críticas a uma novela de grande audiência à época, *Alma Gêmea* (18h - Rede *Globo*). Esta coluna foi observada apenas na edição de 2005. Na crítica “Quando termina ‘Alma Gêmea’?”, o jornalista disserta sobre a novela de maior audiência³³ do horário das 18h, na *Rede Globo*, na década de 2000. A novela, protagonizada por Eduardo Moscovis e Priscila Fantin, alcançou 39 pontos de audiência, um fenômeno para o horário. Para se ter idéia, a novela anterior “Como uma onda” (2004) marcou apenas 27 pontos no Ibope e a que a sucedeu, “Sinhá Moça” (2006), alcançou 33 pontos. Ainda assim, o jornalista critica o folhetim por inteiro, não faz nenhuma referência positiva e promove observações carregadas de adjetivos pejorativos (“insuportável”, “ridículo”, “débil mental”):

Tudo é chato. O texto é chato, o caszinho Serena e Rafael é chato, os caipiras são chatos, a pensão e seus moradores são chatos, as malvadas são chatas. (...) Coisa insuportável é aturar a caipira Mirna (Fernanda Souza) e o idiota Crispin (Emílio Orciollo) atirando todo mundo no chiqueiro.
(...) Dá pena assistir ao triste papel de Drica Moraes (Olívia), acompanhada do ridículo Vitório (Malvino Salvador).
(...) Tudo bem que a moça é perturbada, mas precisavam deixar tão feia a bela Nívea Stelman?
(...) No decorrer da novela, Kayki Brito (Gumercindo) continua fazendo papel de débil mental, como sempre.
(...) Rita Guedes, a gostosa da novela, atua tão mal que dá pena³⁴.

³³ Disponível em: <http://www.ocabidefala.com/2011/07/televisao.html>. Acessado em: 6 de novembro de 2011.

³⁴ Jornal do Brasil, 2005, Caderno B, pág 2.

É possível perceber, já pelo nome destinado à coluna – “Eu Odeio TV” – que este espaço reservado à análise do veículo não pretende discutir sua produção de forma imparcial, criticando produções ruins, mas também dando destaque a programas de boa qualidade. Aliás, a partir dessa apresentação (a nomenclatura), a coluna parece determinar de antemão que não acredita na possibilidade existir um conteúdo televisivo de qualidade. Entretanto, cabe destacar também que a criação de uma coluna destinada a tratar de um assunto qualquer já concede, por si só, espaço e valoriza esse conteúdo.

Nesta edição o crítico não destaca nenhum ponto positivo numa novela de grande sucesso no Ibope e, conseqüentemente, de público no horário. É direito de um crítico, certamente, opinar de forma livre sobre quaisquer assuntos, mesmo que o objeto de análise seja sucesso de audiência ou venda. É curiosa, entretanto, a sua visão exclusivamente depreciativa, sem nenhum ponto positivo entre os vários quesitos (personagem, texto, direção) mencionados da obra. Ou até uma crítica que se mostre construtiva, no sentido de destacar pontos ruins, mas com uma visão menos pessimista que a “Quando vai acabar alma gêmea?”. Além disso, em suas críticas, ele lança mão de adjetivações pejorativas em grande quantidade, relacionadas a personagens e também atores. A conclusão do seu texto segue o mesmo tom: “Enfim, entre mortos e feridos, texto e atores, nada se salva. A novela é mesmo uma porcaria. E, até agora, ainda não há previsão de acabar. Haja paciência!”.

Em “Juventude e Televisão” (2007), a pesquisadora Isabel Travancas aborda o preconceito sofrido pela televisão e caracteriza o veículo como “aparelho que já foi acusado de ser um simples eletrodoméstico e que desperta tanta ira e indignação, e não só no meio acadêmico” (2007:25). A autora defende o veículo e diz que concorda com o estudioso Jesus Martín-Barbero³⁵ quando afirma que “os intelectuais e as ciências sociais na América Latina continuam majoritariamente padecendo de um ‘mau-olhado’, que os faz insensíveis aos desafios culturais que a mídia coloca, insensibilidade intensificada diante da televisão” (apud TRAVANCAS, 2007:56). A autora completa:

A seu ver, a televisão é menos um instrumento de ócio e diversão do que uma formadora de imaginários coletivos a partir dos quais as pessoas se identificam e se reconhecem. Penso que ela não deve ser entendida somente na perspectiva de domínio ou

³⁵Jesus Martín-Barbero é semiólogo, antropólogo e filósofo espanhol, naturalizado na Colômbia.

impacto, mas principalmente a partir do seu papel na vida cotidiana de seu público. (TRAVANCAS, 2007:56)

Arlindo Machado (2003) corrobora e afirma que durante muito tempo os teóricos da comunicação defenderam que a TV era um meio popularesco, ‘de massa’ – “no pior sentido possível da palavra” (2003:11) – e, dessa maneira, impediram que se prestasse atenção a um número de experiências singulares e fundamentais “para definir o estatuto desse meio no panorama da cultura do final do século” (ididem:11).

É impressionante o esforço de tantos analistas para tentar provar que o programa de televisão não pode ter qualidades, que ele não pode elevar-se acima do nível ‘mediano’ e que, por ser um produto ‘de massa’, ele não pode ser avaliado com os mesmos critérios que se utilizam para a abordagem de outros meios. (MACHADO, 2003:20)

Borelli (2000) observa que a competência tecnológica, característica, segundo a autora, do padrão televisivo brasileiro, é bastante reconhecida e legitimada por parte do público receptor, “que valoriza a qualidade técnica quanto ao acabamento visual, figurinos, cenografia, locações, qualidade dos atores” (2000:30).



Página B2 de 07/12/2005: coluna “Eu Odeio Televisão, assinada por Thomas Villena

Na página B4 da edição do ano de 2004 traz a coluna “Hoje na TV” – e não mais “Televisão” -, que divide o espaço da folha com uma crítica teatral e com uma grande sessão de quadrinhos. A coluna televisiva é bem pequena e reúne apenas a programação dos canais de TV aberta e três notas com informações muito básicas de programas, todos de televisão por assinatura:

O Discovery Home & Health estreia “Elas”, que debate assuntos femininos.

O “GNT Fashion”, às 33h, mostra como o terrorismo chegou às passarelas da moda européia.

O “Revista Contemporânea”, às 23h15, lembra os 25 anos de morte de John Lennon³⁶.

A capa do Caderno apresenta uma matéria de teatro. “Humor aos pedaços” fala sobre o sucesso de comédias escritas e montadas por jovens atores em palcos nobres da cidade. As outras páginas desta edição tratam de arte, música, teatro, além de diversas crônicas.

A edição de 6 de dezembro de 2006 não traz a coluna “Eu Odeio TV”, e sim a coluna “TV”, numa página no início do jornal, a B3. A coluna televisiva, além da programação da tevê aberta e o resumo das novelas³⁷, traz uma novidade: o tópico “Câmera On”, assinado pela jornalista Carmem Maura. Esse espaço reúne notas com observações e críticas sobre programas televisivos, incluindo os da TV aberta, que não eram comuns no Caderno B. As três notas desta edição, por exemplo, se dividem em: um elogio ao programa “Cilada”, do Multishow; uma crítica à novela “Vidas Opostas”, da *Record*; e a defesa a uma crítica feita pelo autor de novelas Manoel Carlos a uma jornalista.

Estresse Moderno

O roteirista e principal multiator (não nega a criatividade do pai, Chico Anysio) Bruno Mazzeo dá um show no Cilada, do Multishow. Domingo passado, ele interpretou um homem estressado em um supermercado ao lado da namorada (Déborah Lamm), perdida entre aipins e tomates. “Se você olhar cada legume como se fosse uma obra de arte, a gente não sai daqui hoje”. O mais legal de Cilada são as cenas de simulação. Bruno

³⁶ Jornal do Brasil, 2005, Caderno B, pág 4.

³⁷ Os resumos de novelas da edição de 6 de dezembro de 2006 são mais diversificados: há quatro novelas da *Rede Globo*, três da *Record* e uma da *Band*.

aparece no canto da tela, vestido de peixeiro e, se pudesse, diria à freguesa: “Fresco? Esse peixe está podre, madame”. Cilada merecia estar no horário nobre.

Pianista congelada

Constrangedora a cena em que Isis, personagem de Lucinha Lins, deveria tocar piano em ‘Vidas Opostas’, na *Record*. Não havia qualquer movimento no braço da atriz.

Amor Antigo

Manoel Carlos não gostou da reportagem de Manoela César no *Ponto TV*. Disse que ela desperdiçou temas importantes e se concentrou no atraso dos capítulos de ‘Páginas da Vida’. O que é isso, Maneco? Além de dizer que há um atraso, os atores elogiaram a inclusão de temas atuais, técnica que você usa e a gente aplaude também³⁸.

Entre as edições analisadas, o “Câmera ON” pode ser considerado um espaço mais “moderado” – no sentido de não demonstrar uma parcialidade clara (“Eu Odeio TV”) e promover críticas com referências apenas negativas, como na coluna do ano anterior - de divulgação e debate do conteúdo televisivo. Não há apenas dicas de programação em formato de *release*, mas sim notas com a opinião de um crítico especializado. A jornalista Carmem Maura opina sobre o conteúdo e faz observações diversas, destacando pontos negativos (“constrangedora a cena”) e também positivos (“cilada merecia estar no horário nobre”) da programação. Como são feitas as críticas de cinema, teatro, arte ou música. Não há a preocupação em tratar o conteúdo televisivo como um produto que só possui produções ruins.

³⁸ Jornal do Brasil, 2005, Caderno B, pág 3.



Na página B3 da edição de 06/12/2006, a coluna “TV” apresenta o tópico “Câmera On”, que traz notas com opinião sobre o conteúdo televisivo, assinado por Carmem Maura.

Na edição de 5 de dezembro de 2007, “TV” aparece na página B4 com nome, extensão e destaque diferentes da coluna dedicada ao veículo no ano anterior. O espaço é bem menor e a coluna não é mais assinada, voltando a ter apenas dicas impessoais de programação. A página B4 é composta por um anúncio de meia página, uma parte da coluna social de Hildegard Angel e um espaço pequeno reservado à coluna televisiva. No parte do alto da página, ao lado do nome “TV”, há chamadas bem concisas de dois filmes de canal por assinatura- “O Virgem de 40 Anos”, comédia de Judd Apatow. Telecine Light, 22h” e “Jogo Duro”, ação com Charlize Theron. Max Prime, 17h45”.

Há também os tópicos “TV Aberta/Programação”, que traz apenas a programação dos canais abertos, e “TV Paga – Destaques”, que traz duas notas sobre programas de canais a cabo. A primeira “O coração e a biodança”, tem um texto grande - com quatro parágrafos - e foto, e fala, com muitos detalhes, sobre um episódio do programa “Alternativa Saúde”, do GNT. A nota informa o que o telespectador pode esperar do episódio, detalha os blocos , as entrevistas, entre outros:

O GNT apresenta hoje, às 21h30, mais um episódio inédito da nova temporada de ‘Alternativa Saúde’. Patricya Travassos e Cynthia Howllet comandam o programa de entrevistas que

pretende levar ao telespectador informações sobre como viver uma vida saudável. O tema de hoje é o coração e as apresentadoras abordam o assunto tanto pelo lado científico, como pelo viés emocional.

Patricya entrevista o cardiologista Luiz Augusto Queiroz, que fundou a instituição Casa de Padre Pio. (...) Logo depois, Cyntia participa de uma aula de biodança. A atividade utiliza um método (...) ³⁹.

A outra nota não possui título, é menor, formatada em apenas um parágrafo, e vem na continuidade do espaço da primeira matéria. “Outro programa que apresenta episódio inédito na noite de hoje” é o gancho para a segunda nota, que fala sobre a série canadense de ficção “11 Câmeras”, do Multishow. O texto dá a sinopse do episódio, com menos detalhes do que a primeira.

Na coluna televisiva da edição de 2007 é possível perceber um destaque ainda maior à programação dos canais a cabo. A produção da TV por assinatura recebe espaço mais extenso em grande parte das edições pesquisadas, mas, nesta coluna especificamente, a discrepância com a TV aberta é ainda maior. A TV aberta possui um tópico com seu nome, mas atrelada à descrição “programação”, que restringe sua abordagem aos “tijolos” de programação dos canais abertos. Já “TV Paga” vem com a descrição “Destaques” e possui um espaço muito maior, com cerca de cinco parágrafos de texto, e foto.

A televisão por assinatura ou televisão paga surgiu ⁴⁰ no Brasil em 1989, com o Canal A+, que retransmitia a programação do canal norte-americano ESPM. Atualmente o setor é monopolizado pelas empresas NET – das organizações *Globo* – e SKY Brasil, que distribuem, com pequenas variações, praticamente os mesmos canais. O mercado das tevês por assinatura no Brasil gira em torno de 11 milhões de clientes e, por ser paga, o público da TV a cabo é formado pelas classes com maior poder aquisitivo. Borelli (2000) afirma que a implantação de diversas formas de tevês pagas iniciou uma nova fase da história da televisão no Brasil. As diversas opções de canais da TV a cabo, aliadas à Internet, transformaram a o modo de ver tevê, principalmente entre o público mais jovem, no Brasil. Borelli (ibidem) afirma que o horário nobre – horário entre as 18h e 21h – ainda é dedicado preferencialmente aos canais da TV aberta devido ao hábito de ver tevê, constituído ao longo da história e da consolidação da TV aberta no país. Ela destaca, contudo, que a

³⁹ Jornal do Brasil, 2007, Caderno B, pág 4.

⁴⁰Disponível em: <http://www.tudosobretv.com.br/historvtv/historcabinicio.htm>. Acessado em: 27/11/2011.

constituição desse hábito, ao final dos anos 90, não estava arraigada no público receptor com a mesma intensidade das décadas anteriores.

O Caderno B de 3 de dezembro de 2008 é a primeira edição, das analisadas no trabalho, que traz a televisão como assunto de uma matéria propriamente dita – e não apenas de notinhas ou críticas. “A vez da desbocada Jarilene”, assinada por Fernanda Pereira Carneiro, vem inserida na coluna “Televisão” e fala sobre a programação especial de final de ano da *Rede Record*. A coluna televisiva em 2008 possui grande destaque e ocupa a página B4 inteira.

É a primeira vez, entre os canais abertos, que a *Rede Record* aparece com destaque na coluna televisiva do JB. Nas edições anteriores desta década, o conteúdo relacionado à TV aberta era normalmente polarizado entre as duas maiores emissoras do país até então, a *Rede Globo* e o *SBT*. A *Rede Record*, contudo, passou a receber neste período grandes investimentos do seu proprietário - o empresário e fundador da Igreja Universal do Reino de Deus, Edir Macedo. Ele renovou sua teledramaturgia e conquistou a vice-liderança entre os canais abertos. Um marco dessa retomada foi a novela “A Escrava Isaura”, de 2004, com Bianca Rinaldi no papel principal e que já foi exportada a 42 países⁴¹. Segundo o portal Folha Online⁴², a *TV Globo* caiu 20% no Ibope nos últimos cinco anos e a audiência da *Record* cresceu 112% no mesmo período. Mesmo com a queda no Ibope, a *Rede Globo* de televisão se mantém líder, com o dobro da audiência da *Record*. A média geral das emissoras no painel nacional no primeiro trimestre de 2008 foi: *Globo* – 19,5%, *Record* – 7,5% e *SBT* – 6%.

O destaque da cobertura televisiva da edição de 2008, a matéria “A vez da desbocada Jarilene”, possui texto grande e foto. O texto trata da nova programação, “Louca Família”, da vice-líder de audiência da televisão aberta, a *Rede Record*. Ao longo de seus dez parágrafos, a matéria conta detalhes da programação através de entrevistas com o diretor do programa, Vildomar Batista, do humorista Tom Cavalcante – que interpreta a personagem principal, a empregada Jarilene -, e dos atores Dado Dolabella e Carolina Magalhães.

⁴¹ Disponível em: <http://audienciadatv.wordpress.com/2009/06/15/a-escrava-isaura-e-o-maior-sucesso-da-record/>. Acessado em: 27/11/2011.

⁴² Disponível em: <http://resumododia.com/ibope-da-rede-globo-cai-e-o-da-rede-record-sobe-afirma-jornal.html>. Acessado em: 27/11/2011.

Em seu primeiro parágrafo se refere a informações que pressupõe que o leitor tenha um conhecimento prévio sobre história dos personagens de Tom Cavalcante:

Lembrando por tipos como o bêbado João Canabrava, o ‘urso’ Pitbicha e o apresentador Tompete Justus, Tom Cavalcante agora interpreta a desafortada empregada Jarilene. Ela estrela o especial de fim de ano da *Record* “Louca Família”, que vai ao ar no dia 22, após a novelas “Chamas da Vida”⁴³.

Os parágrafos seguintes trazem depoimentos do diretor do programa, Vildomar Batista, que detalham o formato da nova programação: “Batista comentou que a partir de semana que vem três novas sinopses já vão ser escritas e que todas vão ter contexto atemporal. – Tanto o especial como as demais histórias não vão ter ligação com natal ou alguma data específica – diz o diretor”.

Depois disso, há uma descrição do primeiro episódio da série e a apresentação dos personagens da história: “No primeiro capítulo Jarilene quer casar. A história gira em torno de Gigi (Angelina Muniz) e Emílio (Paulo Figueiredo), um casal que perdeu tudo por causa da crise econômica do país. Após descobrir que a empregada da casa herdou terras ricas em Petróleo, eles vão tentar de tudo, até casar um dos filhos, o mauricinho Patrick (Dado Dolabella)”.

O restante da matéria gira em torno dos relatos de Tom Cavalcante, personagem principal do “Louca Família”, que conta de onde tirou inspiração para a personagem.

Tom diz que Jarilene não tem papas na língua e revela que se inspirou numa antiga empregada para compor o personagem. – Sempre tive uma relação próxima com as funcionárias da casa e desde pequeno já as imitava – lembra o ator. - A Jarilene é muito respondona e parece uma que trabalhou comigo. Quando eu perguntava “Fulana, você pode apagar a luz da sala?”, ela respondia: “O senhor que venha apagar, porque não fui contratada para isso”⁴⁴.

A foto relacionada ao conteúdo é grande e traz o humorista e o ator Dado Dolabella em cena com a seguinte legenda: “‘Quero paz para 2009, esse era o personagem que estava precisando’, comenta o ator”, fazendo menção a sua vida pessoal.

⁴³ Jornal do Brasil, 2008, Caderno B, pág 4.

⁴⁴ Jornal do Brasil, 2008, Caderno B, pág 4.

A única matéria com temática televisiva encontrada nas nove edições analisadas na década de 2000 é bastante parecida com o que encontramos na imprensa especializada em cultura em geral: adianta novidades de uma programação inédita da tevê, com entrevistas que revelam detalhes que possam inteirar o leitor sobre aquele assunto. Além de ser relacionada a uma imagem, grande de preferência, que chama a atenção do leitor para o texto – a imagem de Tom Cavalcante e Dado Dolabella dizem mais ao leitor que o título “A vez da desbocada Jarilene”, que é uma programação nova e ainda desconhecida.

A coluna “Televisão” em 2008 reúne ainda a programação da TV aberta e o tópico “Destaques de Hoje”. Este espaço dá evidência à programação e reúne quatro notas: “Mistura Brasileira”, sobre a série “Documentário Brasil”, exibida no canal Brasil; “Música de NY”, sobre o programa “Lugar Incomum”, da Multishow; “A Cor do Verão”, com a série “*Sunset Tan*”, do canal E!; e “Segredo do Armário”, que fala sobre o “Scrap”, da MTV. Mais uma vez, o espaço reservado para dicas de programação da tevê é maior para o conteúdo dos canais a cabo. As notas possuem cerca de quatro a seis linhas, são impessoais e trazem informações básicas, como canal, dia e horário, e mais uma pequena sinopse do conteúdo:

SEGREDO DO ARMÁRIO
O programa com cenário próprio apresentado pela blogueira MariMoom desvenda o armário de artistas como Ana Cañas e Supla hoje, às 19h, no Scrap, na MTV⁴⁵.

Ao longo da década de 2000 a televisão consolidou seu espaço no Caderno B. O veículo aparece em todas as nove edições analisadas. A tevê sai da coluna de “tijolinhos” culturais e ganha sua própria coluna (“Antena”, “TV”, “Televisão”), que traz, em todas as edições, pelo menos, a programação de todos os canais abertos e os resumos das novelas. Há grande espaço reservado, na maior parte das edições, para dicas de programação. Sobre esta questão, podemos fazer duas observações: essas indicações de programas e filmes são quase exclusivamente dedicadas aos canais a cabo. O outro ponto importante é que a maior parte destas notas são escritas de forma impessoal, com informações gerais sobre a programação. Apenas a coluna “Antena”, de 2000, e o tópico “Câmera On”, de 2006, levam assinaturas e dão dicas com maior detalhamento.

⁴⁵ Jornal do Brasil, 2008, Caderno B, pág 4.

A coluna “Eu Odeio Televisão”, assinada pelo jornalista Thomas Villena, teve grande destaque na edição de 2005, com grande extensão na segunda página do caderno. Nesse espaço, como a nomenclatura adianta, o jornalista promoveu apenas críticas depreciativas da em relação ao conteúdo televisivo. Já o tópico “Câmera On”, veiculado na coluna “Televisão” de 2006 e assinado pela jornalista Carmem Maura, ao contrário, apresenta críticas, mas também destaca pontos positivos de programas televisivos, mostrando-se menos tendencioso. E, por fim, a edição de 2008 traz, finalmente, uma matéria – e não apenas notas –, com entrevistas e uma foto grande que aborda uma produção televisiva de canal aberto, a *Rede Record*. Esta matéria se aproxima do que é observado nos cadernos culturais em geral e adianta ao leitor detalhes de uma programação inédita, com curiosidades e depoimentos dos artistas que trabalham na produção.

A partir desses dados, podemos concluir que a televisão de fato conquistou, de 1960 aos anos 2000, seu lugar nos suplementos culturais. Em cadernos de cultura mais intelectualizados, como o JB, entretanto, não se costuma tratar a TV como um veículo cultural e artístico e suas coberturas, algumas vezes, tem um viés preconceituoso. A conquista de uma coluna pode ser considerada como uma forma de dar mais visibilidade e um destaque maior ao veículo. Mas, no Caderno B, do *Jornal do Brasil*, a TV possuía ainda um espaço reduzido em relação ao cinema, ao teatro, às artes plásticas, à literatura. Segundo Machado (2003), os intelectuais mais tradicionais resistem de vislumbrar um alcance estético a produtos de massa, fabricados em escala mundial. E continua:

No seu modo de entender, a boa, profunda e densa tradição cultural (literatura, música, teatro, artes plásticas), lentamente filtrada ao longo dos séculos por uma avaliação crítica competente, não pode ter nada em comum com a epidérmica, superficial e descartável produção em série de objetos comerciais de nossa época. (MACHADO, 2003: 23)

5. Conclusão

Após a análise de dez edições do Caderno B na década de 1960 e nove – a edição de dezembro de 2009 não estava acessível na Biblioteca Nacional e no CPDoc do JB – na década de 2000, pude verificar que a televisão conquistou seu espaço nos cadernos de cultura, mas não chegou a se apropriar da área de outras formas culturais. Principalmente em um periódico como o *Jornal do Brasil*, um veículo mais intelectualizado e direcionado a públicos de classes socioeconômicas mais altas.

Na maior parte das edições, o espaço reservado à tevê foi bem menor que o dedicado às artes plásticas, ao cinema, ao teatro, à literatura e a formas de arte mais legitimadas. A televisão, por exemplo, não foi capa de nenhuma das dezenove edições do Caderno B analisadas. Ainda assim, foi possível verificar uma significativa evolução no espaço dedicado à programação televisiva nas páginas do periódico entre as edições de 1960 e 2000.

Essa conquista pode ser considerada, entretanto, um fato inevitável já que a TV, durante esse período (1960-2000), popularizou-se e se tornou o maior veículo de comunicação de massa do país. Os aparelhos televisivos estão nos lares – e já em diferentes cômodos de uma mesma casa - de todas as classes sociais brasileiras. Mesmo as esferas mais abastadas consomem o conteúdo televisivo presente nos suplementos culturais porque a tevê faz parte do cotidiano nacional. Dessa forma, podemos perceber que a intelectualidade “aceitou” a televisão, mas ainda a enxerga de maneira preconceituosa. O espaço físico conquistado pela televisão nesses suplementos de divulgação da cultura nacional cresceu, mas sua importância como veículo cultural não se transformou no mesmo ritmo. As críticas televisivas produzidas no Caderno B e analisadas neste trabalho só confirmam esse dado: a tevê não é encarada como um espaço de produção de cultura e de arte. Há também, muitas vezes, um pressuposto implícito de que os produtos televisivos não possuem qualidade, como demonstra a coluna “Eu Odeio TV”. Esses jornais falam, certamente, para um público que pensa como ele. Já os jornais mais populares, como os cariocas *O Dia* e *Extra*, dedicam, por exemplo, grande parte de seu conteúdo à programação televisiva atualmente.

Bucci (2004) ressalta a importância que a televisão tem em nosso país ao afirmar que a TV é hoje o veículo que identifica o Brasil. Ele destaca ainda que “a TV iguala, no plano imaginário, um país cuja realidade é constituída de contrastes, conflitos e contradições violentas” (2004:222). Ou seja, a tevê é um veículo que reúne na mesma audiência pessoas e classes completamente distintas e as iguala, de certa forma, quando estão no papel de expectadores.

Travancas (2007) salienta a importância do veículo sob outro prisma. O papel da televisão como espaço de informação e cultura seria ainda mais relevante, segundo a autora, em um país que praticamente não lê, como é o caso brasileiro. “A população brasileira não tem o hábito de leitura, nem de jornais nem de livros, estando o consumo destes restrito a uma pequena parcela da população. Sabemos também que o alcance da televisão no Brasil é de praticamente 100% das casas” (2007:57), destaca a autora. Em consonância, Machado (2003) afirma que a única função respeitável enxergada pelos críticos em relação à TV é “sua modesta contribuição no sentido de introduzir o público leigo e bárbaro dentro do campo da cultura secular e legítima” (2003:23). Na obra “*A televisão levada a sério*” (2003), o autor discute o preconceito vivido pela televisão por parte de críticos e intelectuais e ressalta a importância da produção de uma crítica mais construtiva no sentido de elevar o nível qualitativo de nossa TV a partir da conscientização da audiência.

De qualquer forma, sejam quais forem as nossas concepções com relação à televisão, a discussão sobre qualidade é sempre imprescindível. (...) Nenhuma sociedade e nenhum setor da sociedade podem ser aperfeiçoados se não estiverem submetidos a julgamento e avaliação permanentes. A crítica, na verdade, é parte constituinte do próprio processo de fazer televisão. (MACHADO, 2003:25)

Dessa forma, podemos concluir que o espaço reservado à televisão nos cadernos culturais, mesmo na atualidade, não depende exclusivamente do sucesso da tevê como veículo de massa, mas, principalmente, da linha editorial da empresa midiática. Quanto mais popular for a mídia, maior o lugar ocupado pela programação televisiva.

Por fim, acredito que a questão analisada neste trabalho seja importante na medida que discute, de um modo geral, a seleção – e exclusão - de assuntos que terão lugar nos meios de comunicação. E, de forma mais específica, o preconceito que a televisão ainda sofre para conquistar espaço em mídias mais intelectualizadas por se tratar de um veículo de massa, popular. Mesmo que a TV leve informação e cultura a milhões de lares brasileiros – e, para uma parcela da população, ser a única fonte informativa -, ela é preterida por críticos e estudiosos como um pólo cultural e artístico.

Esta pesquisa pode explorar também outros ângulos, como a análise do espaço dedicado à televisão nos cadernos culturais populares – e, neste ponto, a observação do lugar que a TV efetivamente “roubou” de outras formas de arte nessas publicações, minha hipótese inicial -, o *boom* de revistas criadas exclusivamente para o conteúdo televisivo, entre outros aspectos.

“Na minha opinião, a televisão é e será aquilo que nós fizemos dela. Nem ela, nem qualquer outro meio, estão predestinados a ser qualquer coisa fixa” (MACHADO, 2003:11)

BIBLIOGRAFIA

BORELLI, Silvia Helena Simões; Priolli, Gabriel (org). **A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência.** São Paulo: Summus Editorial, 2000.

BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: Ensaio sobre a televisão.** São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

CHATAIGNIER, Gilda Maria Carôllo (2005). **Desenho de moda recorta e costura: revolução cultural da década de 60. O papel do Jornal do Brasil na formação da moda brasileira.** Rio de Janeiro, PUC. (tese de mestrado)

FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. **História da comunicação: Rádio e TV no Brasil.** Petrópolis: Vozes, 1982.

FILHO, João Freire. *Escrevendo a história cultural da TV no Brasil: questões teóricas e metodológicas.* In: RIBEIRO, Ana Paula G., FERREIRA, Lucia Maria (org). **A Mídia e memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação.** Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

FRAGA, Maria Célia; VILLELLA, Maurício. *1961-1975: A criatividade e a ousadia para superar os anos de chumbo.* In: DIAS, Paula Santos (2005). **O caso JB Barra: comunicação local no Jornal do Brasil.** Rio de Janeiro, UFRJ, ECO (tese monográfica).

GOULART, Ana Paula (2000). **História e imprensa no Rio de Janeiro dos anos 50.** Rio de Janeiro, UFRJ, ECO (tese de doutorado).

GOULART, Ana Paula; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil.** Rio de Janeiro: Contexto, 2010.

LESSA, Washington Dias. **Dois Estudos de Comunicação Visual.** Rio de Janeiro: EDUFRJ, 1995.

LIMA, Patrícia Ferreira de Souza (2006). **Caderno B do Jornal do Brasil: trajetória do segundo caderno na imprensa brasileira (1960-85).** Rio de Janeiro, UFRJ (tese de doutorado).

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** São Paulo: Senac, 2003.

SAMPAIO, Mario Ferraz. **História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo.** Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala.** Rio de Janeiro: Vozes, 7ª ed, 2001.

SODRÉ, Nelson Weneck. **A história da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 4ª ed, 1999.

TÁVOLA, Artur da. **A telenovela brasileira: História, análise e conteúdo**. Rio de Janeiro: Globo, 1996.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus Editorial, 3ª ed, 1992.

_____. **Juventude e Televisão**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

Periódicos:

JORNAL DO BRASIL, Caderno B. Rio de Janeiro. Edições de: 07/12/1960; 06/12/1961; 05/12/1962; 04/12/1963; 02/12/1964; 01/12/1965; 07/12/1966; 06/12/1967; 04/12/1968; 03/12/1969; 06/12/2000; 05/12/2001; 04/12/2002; 03/12/2003; 01/12/2004; 07/12/2005; 06/12/2006; 05/12/2007; 03/12/2008.

Sites:

Moacyr Andrade, no artigo “A Reforma”, na página 5 da Edição Centenário, em 2010. Disponível em: <http://www.thefreelibrary.com/O+Jornal+do+Brasil+e+as+nocoas+de+tempo+historico+no+fazer...-a0197106147>. Acessado em: 30/11/2011.

<http://www.tudosobretv.com.br>. Acessado em: 09/10/2011.1

<http://colunistas.ig.com.br/guilhermebarros/tag/nelson-tanure/>. Acessado em 12/10/2011.

http://www.faac.unesp.br/graduacao/di/downloads/produ%E7%E3o%20grafica/Pequeno_glossario.doc. Acessado em 29/11/2011.

<http://www.ocabidefala.com/2011/07/televisao.html>. Acessado em: 06/11/2011.

<http://www.midiainteressante.com/2011/10/quanto-vale-1-ponto-no-indice-do-ibope.html>. Acessado em: 13/11/2011.

<http://audienciadtv.wordpress.com/2009/06/15/a-escrava-isaura-e-o-maior-sucesso-da-record/>. Acessado em: 27/11/2011.

<http://resumododia.com/ibope-da-rede-globo-cai-e-o-da-rede-record-sobe-afirma-jornal.html>. Acessado em: 27/11/2011.