



Novas Encenações: A Televisão na Bahia (1960-1985)

Rita de Cássia Aragão Matos é Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas Facom/UFBA, Professora do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos da UFBA e Vice-Coordenadora do PPG em Cultura e Sociedade IHAC/UFBA.

Resumo

Este estudo busca compreender algumas articulações políticas, econômicas e sócio-culturais no processo de implantação e expansão da televisão na Bahia no período compreendido entre o ano de 1960 até 1985. Para tanto, são consideradas as relações entre o contexto nacional e as especificidades locais que marcam a emergência e implementação deste sistema de comunicação no estado.

Palavras-chave

Bahia, Cultura, Televisão, Implantação e Expansão.

Apresentação

É significativa a expansão do sistema de comunicação massiva durante os anos 50 e 60 nos países ocidentais. Tal expansão é notória também no Brasil, sobretudo ao longo do regime militar. Neste processo o sistema televisivo assume o protagonismo no campo cultural no Brasil contemporâneo. Esta investigação procura concentrar-se na análise da configuração do campo midiático na Bahia, isto é, procura-se compreender o desenvolvimento da Televisão e os feixes enredados em torno dos diversos campos que permitem a compreensão de sua inscrição no cenário baiano.

Algumas Notas sobre a Televisão no Brasil

O capitalismo expande seu domínio ao longo da primeira metade do século XX consolidando o processo de globalização de bens materiais e das produções simbólicas. A indústria cultural americana protagoniza a internacionalização do mercado. Ao longo deste processo de expansão alguns estudos são realizados em países vizinhos aos EUA a fim de diagnosticar a potencialidade da expansão do mercado de bens simbólicos, em especial da TV.



A TV Tupi é inaugurada em 1950, em São Paulo, sob a liderança de Assis Chateaubriand, tendo sido pioneira em toda a América do Sul. Numa primeira fase a emissora procura construir uma identidade própria, em meio à popularidade do rádio, do prestígio do teatro e do sucesso do cinema estrangeiro. Não obstante enfrente o desafio próprio de ser a primeira TV implantada no país, a Tupi, já em 1957, consolida-se como novo sistema de comunicação. Um ano após sua inauguração, a TV Tupi seria captada por cerca de sete mil aparelhos receptores instalados no Rio de Janeiro e São Paulo. Tendo em vista a população do país, cerca de 52 milhões de pessoas, sendo que destes 64% permaneciam na zona rural, o número de aparelhos receptores era extremamente limitado, confirmando as previsões iniciais de que as condições para a instalação da televisão no Brasil ainda eram bastante precárias e caracterizavam-se pela inexistente infra-estrutura para a transmissão das imagens, poucos estímulos à indústria eletro-eletrônica, público limitado, e um mercado publicitário incipiente. Embora as limitações técnicas sejam evidentes, o crescimento da TV é significativo. Em 1956, as emissoras associadas atingem aproximadamente um milhão de pessoas através de cerca de 250 mil aparelhos receptores, espalhados em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Pouco tempo depois, Chateaubriand retorna aos Estados Unidos e adquire mais nove estações, fazendo chegar as imagens da TV até Curitiba, Porto Alegre, Recife, Fortaleza, São Luís, Goiânia, Belém e Campina Grande, além da capital da Bahia. Em seguida, as imagens chegam até Vitória, no Espírito Santo, até alcançar, posteriormente, a nova capital federal. Apostando, pois, no caminho aberto por Chateaubriand, diversas emissoras seriam inauguradas ao longo dos anos 50 e 60, a exemplo da TV Itapoan, em Salvador.

A aposta no novo é a marca da febre desenvolvimentista dos anos dourados, em particular do Governo Juscelino Kubitschek. Após a febre dos anos dourados e das incertezas provocadas pela renúncia de Jânio Quadros, inicia-se o conturbado governo de João Goulart, deposto pelo Golpe de 64.

Já nos anos 70, o Brasil vive o auge do Regime Militar. Neste contexto, acelera-se a modernização da sociedade brasileira, ainda que marcada por profundas contradições sociais. Tal processo faz surgir uma “classe média” significativa que assimila, em níveis distintos, a ideia de progresso, de padrões de consumo, de desenvolvimento, criada e reforçada no pós-64, e, notavelmente, engendrada pela televisão. O projeto político-



cultural de integrar o Brasil é um dos principais elos de ligação entre a audaciosa proposta da TV e os governos militares.

Paralelo à expansão desordenada dos grandes centros urbanos, do avassalador processo de migração, aprofunda-se a crença em um país construído no interior de um discurso voltado para o ideal de desenvolvimento, de modernização. Em meio ao discurso do regime autoritário sinaliza com as possibilidades abertas pelo sofisticado sistema bancário que se amplia. Capitaliza o desejo da posse do automóvel e da casa própria. Aos segmentos precarizados, torna-se possível pleitear o passaporte de entrada para os setores sociais integrados, na medida em que, ao menos imaginariamente, podem imitar seus padrões de consumo.

Diversas estratégias simbólicas imbricam-se para consolidar esta produção discursiva: revistas, emissoras de rádio, jornais diários, suplementos de informações sobre televisão, reforço sobre o mundo dos “olimpianos”. Ao mesmo tempo, as imagens do Brasil exibidas na tela da TV aproximam cada vez mais sua referência do eixo Centro-Sul modernizado. Há um significativo crescimento do sistema de telecomunicações. A EMBRATEL, Empresa Brasileira de Telecomunicação, é criada em 1967. Ao longo de trinta anos, a venda de aparelhos passa de dois mil em 1950 para cerca de vinte milhões em 1980. A ação dos governos militares sobre o Código Brasileiro de Telecomunicações tem como meta interligar o país através de sistemas de telex, telefonia e, obviamente, do sistema de televisão. Em 1967 surge o Ministério das Comunicações. Intensifica-se o jogo de forças dos grupos hegemônicos e novas ideias são plasmadas para reforçar novas sociabilidades.

Mídia e Modernização na Bahia

Há, hoje, uma significativa bibliografia sobre o desenvolvimento do campo midiático no Brasil, em especial da TV, contudo ainda são reduzidos os estudos regionais/locais. Tendo em vista este vazio, procuramos, através deste estudo, contribuir para uma compreensão acerca da articulação entre política, economia, sociedade e cultura na Bahia deste período. Para tanto, nossa estratégia é destacar o desenvolvimento da televisão no estado.

Com efeito, se no Brasil a centralidade da TV amplia-se desde as décadas de 60 e 70, consolidando-se nas décadas de 80 e 90, de que modo esta centralidade vai se configurando na Bahia no período investigado, cujo recorte obedece à inauguração da



TV Itapoan na Bahia, em 1960, contexto que antecede em alguns anos o Golpe de 64, até o fim do regime de exceção, já na segunda metade dos anos 80? Como articular a dimensão midiática, em particular o sistema televisivo, e a Bahia política, a dimensão econômica, as manifestações da cultura, o mundo social? São questões aqui postas.

TV na Bahia: Primeiro Cenário

No início do século XX nas duas maiores cidades brasileiras, Rio de Janeiro e São Paulo, acelera-se o processo de industrialização e urbanização. Já em Salvador observa-se a perda de importância frente ao cenário nacional desde a Revolução de 30, denominada por vários membros da elite baiana de “Revolução Madrasta”. As transformações operadas sobre tal realidade somente despontariam na década de 1950 com a descoberta e exploração do petróleo em municípios circunvizinhos à capital, o que eleva a Bahia à posição de maior produtora de petróleo do país durante o período. O boom do petróleo estimulou o crescimento urbano da capital e de outras cidades e acelerou seu processo de modernização. A inspiração modernista renasce no Pós-Guerra, em particular durante os anos 50 e 60, período do “renascimento baiano”. Assim, durante o Governo de Otávio Mangabeira, iniciado em 1947, Anísio Teixeira, um dos fundadores da primeira universidade brasileira, assume a Secretaria de Educação e inaugura a Escola Parque. Walter da Silveira lidera o Clube de Cinema. Edgar Santos está à frente da ousada Universidade da Bahia. Uma geração de artistas e intelectuais emerge neste cenário: Caetano Veloso, Gilberto Gil, Florisvaldo Matos, João Ubaldo Ribeiro, Glauber Rocha, Milton Santos agitam a cidade de São Salvador. Tal cenário demanda um novo lugar para as mídias locais e em 1958 é inaugurado o Jornal da Bahia por João Falcão, empresário ligado ao PCB e mentor de um novo diário que irá movimentar o cenário cultural baiano daquele momento. O antigo Diário de Notícias desponta ligado ao Grupo Diários Associados, mesmo grupo que vai inaugurar a primeira emissora de TV local. O setor radiofônico deste período é ainda embrionário e a imprensa escrita não-profissionalizada. A primeira faculdade de jornalismo só seria criada posteriormente. Contudo começa a ganhar contornos mais nítidos uma nova fase na Bahia. O frenesi moderno onde os signos do novo parecem finalmente ir tomando conta da cidade não obstante as feridas desta modernização espalhem-se sobre ladeiras e praias, ruas e becos da Salvador antiga e a nova que está sendo forjada. O velho centro, antes casa dos setores abastados, vê nascer os prostíbulos e cortiços. Ao mesmo tempo,



os futuros bairros da classe média são obrigados a mirar paisagens de exclusão. A BR 324 é inaugurada neste período assim como a Hidrelétrica de Paulo Afonso. Os bondes ainda circulam mas logo darão lugar aos ônibus que passam a dominar a paisagem. Quanto ao setor de comunicação, na Bahia três rádios dominam o cenário: Sociedade, inaugurada em 1924, Excelsior, em 1944 e Rádio Cultura, cujo início foi em 1950. Os jornalistas da época, também na Bahia, possuíam formação diversificada: advogados, professores, escritores, jovens estudantes. Quanto à “sociabilidade”, além de alguns bares e restaurantes, dos clubes sociais e do Cinema, além do hábito de ver futebol, jovens costumavam participar de programas na Rádio Sociedade da Bahia, que então localizava-se na Rua Carlos Gomes. Na rua Chile, Carlos Gomes, Avenida Sete de Setembro, Avenida Joana Angélica localizava-se o forte comércio da capital superado com a chegada dos shopping centers, já nos anos 70. É neste cenário que acontece a inauguração da TV Itapoan, a primeira emissora de televisão da Bahia. Antes da inauguração propriamente, duas transmissões em 1956, de uma missa na Conceição da Praia, e de um show de artistas da Rádio Sociedade, são falas fundadoras. Vale contudo sublinhar que seu impacto não foi visto como positivo por setores importantes, a exemplo do comércio que protesta em função da audiência cujo desdobramento seriam, em sua perspectiva, as baixas vendas.

Primeiros anos

O cenário de inauguração da novidade é construído através da publicação de anúncios publicitários no Diário de Notícias reforçando o desejo pelo novo equipamento, o aparelho televisor, e do pronunciamento do então governador Antonio Balbino, amigo de Chateaubriand. Vale lembrar que em 1956 são espalhados aparelhos de TV pela cidade para que os baianos vejam a experimentação da TV na Bahia. Era 08 de dezembro de 1956. Odorico Tavares, diretor do Diário e Emissoras Associadas, prepara a chegada da TV, enaltecendo a modernização da Bahia 15 dias antes de sua inauguração. Também em uma página inteira do Diário de Notícias é estampado o convite para o grande dia.

No início da TV Itapoan, seguindo um roteiro já encenado por outras emissoras no Brasil daquela época, imperava o improvisado. Em meio a uma modernidade forjada pelos signos publicitários incipientes a TV convivia com a tradição dos currais. Era o início dos anos 60, dois estúdios na TV Itapoan onde, não raro, um mesmo espaço servia de



palco para mais de um programa. Ao mesmo tempo, gravações produzidas no eixo Centro-Sul, da TV Tupi, eram assistidas e neste processo ampliavam-se as referências de um Brasil que se via sob as lentes do Rio de Janeiro e de São Paulo.

Dos pioneiros das filmagens de externas como um jogo de futebol no recém inaugurado estádio da Fonte Nova, signo de modernidade do governo Otávio Mangabeira, orgulho arquitetônico da Bahia, exigia-se esforço redobrado. Neste momento a crônica esportiva baiana, oriunda do rádio e que passava a integrar o staff televisivo, contribuía para dar ainda maior visibilidade a um acontecimento. Todo este esforço faz parte da memória, apesar do pouco acesso às primeiras imagens da TV uma vez que haviam poucos aparelhos e a rotina seguia na Bahia sem que a TV causasse grande impacto. Se a aquisição de aparelhos de TV ainda é um sonho de consumo distante para a grande maioria do público brasileiro em geral e baiano em particular, algumas estratégias para a sedução do olhar e a excitação do desejo são acionadas, a exemplo do aparelho de TV postado diante da emissora, no bairro da Federação, o qual atraía um público curioso e fascinado pela novidade tecnológica. O gosto do público vai sendo formatado através de produtos da indústria da cultura de massa em expansão, de filmes como “Fúria”, “O Homem sem Braço”. Telenovelas, que em breve serão o produto mais sofisticado, como “O amor tem cara de mulher”. No incipiente mercado das celebridades despontam Yoná Magalhães, estrela do cinema de Glauber Rocha; Helena Inês, Paulo Porto, Heloisa Helena dentre outros. Já o mercado de consumo na Bahia amplia-se em ritmo lento. Agências de publicidade como Maricesar, Argus e JJ incrementavam o negócio da publicidade. O Diário de Notícias passa a anunciar além de produtos como aparelhos de rádio, biscoitos, vestuário e refrigerantes, o aparelho de TV que, nos primeiros anos, tem um valor muito alto, como de resto toda nova tecnologia recente mas que, como de praxe, vai sendo barateada na medida em que se populariza. Marcas como Philips, Philco, Standart Eletric, são os novos gadgets. Com efeito, se em um primeiro momento a adesão do mercado ao novo sistema de comunicação não é imediata, há poucos anunciantes e um público pífio, uma intensa campanha do Diário de Notícias e da Rádio Sociedade reforça a ideia de que a TV é um símbolo de desenvolvimento, de modernidade. Ao mesmo tempo, expande-se a ideia de que a modernidade na Bahia precisa ser tecida não somente com a implantação da TV, com a aquisição de produtos, a assimilação de uma lógica de consumo, mas a partir de mudanças arquitetônicas, de novos comportamentos, de novos gestos simbólicos. É, pois, no solo de uma



modernidade fomentada em meio à seca que dizima milhões, ao silenciamento da memória histórica e à tortura pós-64, que a TV vai sendo assimilada.

A efervescência vivida pela Cidade da Bahia durante o final dos anos 50 e início dos anos 60 chegaria ao fim com o Regime Militar cujo impacto será profundo no cenário da Boa Terra. No âmbito cultural terá como desdobramento a desarticulação do ambiente criativo e a diáspora de artistas e intelectuais. A paisagem baiana vai se tornando árida e o contexto potencializa, à sua maneira, a dominação do circuito da grande mídia. Junto à diáspora de artistas e intelectuais, a repressão encarniçada a lideranças políticas e ao movimento estudantil, o Regime instalado em 1964 percebe a importância do campo midiático para sua expansão e permanência.

TV Aratu: quase 10 anos depois

Com o Regime Militar a Televisão no Brasil torna-se um espaço estratégico para a consolidação do projeto de modernização excludente ao longo dos anos 60, 70 e 80. Neste processo, acentua-se a censura e o monitoramento permanente dos programas veiculados na TV em geral e na única emissora baiana, a TV Itapoan, em particular. Amplia-se a censura operada a partir das emissoras matrizes. A Bahia assistirá ao crescimento do sistema televisivo acompanhando o cenário nacional cuja marca é uma política de integração simbólica. Cresce a necessidade de ampliação do sistema televisivo. É neste cenário que a TV Aratu é inaugurada na Bahia na noite de 15 de março de 1969. Sua fala fundadora foi o discurso do presidente da República Coronel Costa e Silva. Assim, após nove anos de reino solitário da Itapoan, com uma programação limitada a três horas, não raro repetindo programas e improvisos, chega à Bahia sua segunda emissora de TV. Não por acaso havia insatisfação com relação à programação da Itapoan cujas promessas quanto à oferta de programas muitas vezes não eram cumpridas; além do que, por diversas vezes, o horário de início da programação atrasava. Faltavam não apenas equipamentos mas material básico de consumo como papel.

Pioneiros da TV na Bahia como José Jorge Randam, Francico Aguiar e Carlos Libório dividiam o tempo entre a TV e o jornal impresso ou o rádio. Francisco Aguiar desdobrava-se entre a Rádio Sociedade, do jornal O Estado da Bahia e a editoria-chefe da Itapoan. Luis Prisco Viana, por sua vez, era correspondente da UPI na Bahia. Ivan Pedro estava à frente do programa esportivo “Jogão do Robertão”. Lembre-se que os



empresários da TV Aratu eram figuras ligadas ao setor bancário, a exemplo de Milton Tavares, Luis Viana Neto, Humberto Castro, Carlos Alberto Jesuino. O governador da Bahia Luis Viana Filho, como esperado, estará presente na abertura da emissora. As íntimas relações entre política e TV na Bahia são evidentes. No caso da TV Aratu, vale sublinhar que o filho do governador é um dos proprietários da nova emissora no estado. A logomarca da TV Aratu é, desde o início, um galo. Emblemático ser o autor da música da TV Aratu também autor de um dos hinos do regime militar em sua relação com o futebol: “Pra frente Brasil”.

Um fato curioso é que no dia da inauguração chovia muito. O bairro ainda carecia de pavimentação. Deste modo, o acesso às dependências da emissora era difícil e a inauguração que deveria acontecer no endereço da TV no bairro da Federação foi realizada no Hotel da Barra onde autoridades, artistas, o público em geral aguardava o grande acontecimento. Marcas de uma modernidade feita sob currais e baionetas. Um nome de destaque no processo de implantação da nova emissora é David Raw, contratado pela TV Aratu para assumir a direção da programação e a direção comercial. Era homem de bom trânsito no meio empresarial e artístico e é um dos responsáveis por negociar a retransmissão do “Programa do Chacrinha” para a TV Aratu. Sem embargo, a Aratu investe não somente na transmissão de programas como “Chacrinha” mas também na cobertura de eventos e problemas locais. Percebia-se ali algo que o rádio já havia observado: que as questões locais mobilizam o interesse do público. Programas como “Maratona da Bondade”, “A Noite dos Namorados” e “Arraial do Galo”, além de concursos variados vão imprimindo uma marca à nova emissora. Como não poderia deixar de ser, também a Aratu sofreu com a falta de pessoal técnico habilitado. Ao mesmo tempo, abria espaço para que novos profissionais pudessem fomentar a formação técnica para os profissionais requisitados.

Em 1972 a nova tecnologia da transmissão em cores vai revolucionar a TV no Brasil. A Aratu será pioneira uma vez que era a retransmissora da Rede Globo. Com efeito, o chamado efeito de real irá aprofundar a promessa de devolução da realidade aos sujeitos. Ao mesmo tempo, a indústria da beleza será intensificada a partir da nova estética inscrita na TV a cores. Intensificar-se-á o chamado “padrão globo de qualidade”.

Enquanto a TV Aratu amplia sua inserção, acontece o primeiro incêndio da Itapoan, em 1975. Quase todos os equipamentos e arquivos foram destruídos pelo incêndio ocorrido



na madrugada de 17 julho daquele ano. Um público atônito concentrava-se na frente da emissora. O fogo só seria controlado às primeiras horas da manhã do dia seguinte. A TV Itapoan estava destruída. O reinício das atividades aconteceria no ano seguinte. Como sabemos, vários incêndios acontecem na primeira fase da TV no Brasil. Não existiam fitas VHS. As imagens produzidas para os programas de TV eram gravadas com câmeras de 16 milímetros, produto de fácil combustão. Tais imagens viajavam pelos céus do Brasil até chegar ao seu destino nas emissoras associadas. Os acontecimentos chegavam através das imagens muitas vezes dias depois do evento. Se o rádio naquele momento era o meio de comunicação mais eficiente, mais célere, telejornais pioneiros como “Repórter Esso” e “Telejornal da Petrobrás” foram precursores do longo amadurecimento do telejornal no país. Um consolo para os profissionais envolvidos com a TV Itapoan foi o fato de a Rádio Sociedade não ter sido atingida pelo incêndio embora estivesse instalada no mesmo prédio da emissora. Nos dias seguintes, O Diário de Notícias, jornal do mesmo grupo, fomentava a disposição pela reconstrução da TV Itapoan.

Ainda anos 70

Um outro cenário urbano instala-se em Salvador com a construção da Avenida Antonio Carlos Magalhães, a nova sede da prefeitura, as avenidas de Vale. É o início de novas sociabilidades, da inauguração dos templos de consumo. O Shopping Iguatemi é inaugurado em 1975. Neste contexto, durante quase um ano a TV Aratu reinou sozinha na Bahia até que a TV Itapoan fosse reinaugurada com um investimento de mais de vinte milhões de cruzeiros. Nas novas instalações aportavam equipamentos modernos que vieram do Japão, Alemanha e Estados Unidos. Para lidar com os novos equipamentos investiu-se também em recursos humanos. Novos técnicos foram contratados, alguns deles após a realização de cursos de aperfeiçoamento no exterior. A reinauguração será em agosto de 1976 com uma programação que começaria às 14 h e finalizaria à meia noite. No cardápio, programas de esporte, notícias, programas infantis, e a novidade do Programa do impagável Silvio Santos. Uma estratégia importante ampliava-se: a heterogeneidade da programação para atrair distintos públicos. A Itapoan contra-atacava, mirando a cobertura de eventos locais. Iniciava-se na Bahia o chamado jornalismo de serviço.



A “baianidade” incorpora-se à TV: músicas de Caymmi, a obra de Jorge Amado, os quadros de Carybé, o tropicalismo dos Novos Baianos, a plástica afro-brasileira. Acontecimentos locais e demandas das comunidades ganham espaço na tela. A cidade da Bahia vai sendo re-dita. Artistas como Gilberto Gil, Cynara e Cybele, Dorival Caymmi, passam a desfilar pelos estúdios da recém-criada Itapoan. Ao mesmo tempo, nesta luta pela conquista do público, a TV Aratu aposta no fato de ser aliada daquela que se tornaria uma das mais importantes redes de TV do mundo: a Globo. Estrela maior da indústria cultural brasileira.

No campo político impõe-se o nome de Antonio Carlos Magalhães, liderança autocrática e grande mentor do maior império de comunicação do estado. Nesta dinâmica, um traço marcante será a liderança do grupo carlista e sua perspicácia em extrair da rica cultura baiana elementos para sua sustentação que tende a ampliar-se articulado a uma rede de comunicação e tendo como carro-chefe o sistema televisivo. Com efeito, na cena baiana a região metropolitana receberá investimentos industriais decorrentes de políticas nacionais de desenvolvimento e ao longo dos anos 1970 e 1980 são evidentes os esforços do governo federal para ampliar a matriz industrial brasileira com a criação do pólo petroquímico de Camaçari.

A maior liderança política da Bahia junto aos seus aliados dentro do estado e nas esferas federais saberão capitanear os frutos deste projeto modernizante. Deste modo é que além da dominação política, ACM cria um império empresarial constituído entre outras coisas por uma gigante da construção civil e, como não poderia deixar de ser, um império no setor de mídia. É importante mencionar que ao longo dos anos 1970/1980, o crescimento do PIB baiano supera os índices nacionais. A modernização excludente traduz-se na paisagem da cidade. Salvador e municípios vizinhos experimentam um grande crescimento populacional. Assim é que de cerca de 200 mil habitantes em 1940, a capital baiana passa a dois milhões no início dos anos 90, chegando a quase três milhões em 2010.

Sob o signo do frenesi moderno, da cidade que incha, dos automóveis que expulsam os bondes, do centro Histórico que é transformado em ruínas, a tecnologia vai sendo assimilada pelas emissoras de TV, expoentes de um tempo de grandes mudanças e profunda segregação social. É neste tempo que o VT chega primeiro nas emissoras de vanguarda do Centro-Sul. Na Bahia a novidade chegará em 1966. Trata-se de mais uma revolução na comunicação posto que, desde aquele momento, as imagens podem ser



gravadas e reproduzidas. Tal como a inauguração de grande parte dos equipamentos à época, o video-tape é um equipamento de grandes dimensões, pesado e que exige mão-de-obra especializada. Uma vez mais técnicos do Rio e de São Paulo aportam em terras baianas para dar treinamento aos profissionais, primeiramente da TV Itapoan e em um segundo momento da TV Aratu.

Como não poderia deixar de ser, também o carnaval passaria a ser visto como o grande negócio do turismo. O sistema de microondas será importante aliado para a transmissão da monumental festa baiana. Naqueles anos, final do anos 70 e início dos 80, artistas como Moraes Moreira, Pepeu Gomes e Baby Consuelo dominam a cena. Ao longo dos anos 70 a TV Itapoan marcará presença na festa de Carnaval. Na Rua Chile, um dos epicentros da festa, câmeras passam a ser dispostas no Palace Hotel para transmitir as imagens do carnaval baiano. Cobertura do carnaval, chegada de equipamentos e recursos humanos qualificados. São mudanças que vão consolidando o novo sistema de comunicação.

A chegada de novas tecnologias às emissoras baianas continuam a revolucionar a produção, a circulação e o modo de ver TV. O U-Matic será um avanço em relação ao risco de combustão das antigas fitas. Embora representasse um avanço, em pouco tempo seria considerado defasado devido à deformação da imagem e da cor, hoje superado com o processo de digitalização. Três anos após a chegada do U-Matic uma nova tecnologia aportaria nas emissoras baianas: o Super VHS ou M2. A qualidade da imagem através da captação realizada por estes novos equipamentos foi mais uma revolução na promessa de “devolução” do mundo através das tecnologias de comunicação.

Outros atores nos 80s

Como nos demais estados brasileiros, a expansão do sistema televisivo na Bahia está articulado ao modelo de desenvolvimento nacional orientado pelo Regime Militar, iniciado em 1964, mas expressa também algumas singularidades do poder político e econômico no estado da Bahia. Por certo, trata-se aqui da organização de um importante aliado para o redimensionamento do poder de uma oligarquia política que dominará a Bahia por mais de três décadas. Deste modo, o protagonismo de Antonio Carlos Magalhães pode ser, de imediato, percebido a partir de sua carreira: prefeito nomeado pela cúpula militar em 1967; indicado governador da Bahia em 1970 e 1978 e,



finalmente, assume o Ministério das Comunicações no Governo do presidente José Sarney, no ocaso do Regime de Exceção.

Ao mesmo tempo, no bojo das transformações vivenciadas no país e no estado, a TV vai modificando a sua face e alcance. Os telejornais vão ganhando mais de uma edição com formatos distintos. Na primeira edição um jornalismo mais próximo às demandas locais e ao entretenimento. Na segunda edição temas políticos enquadrados aos interesses hegemônicos passam a predominar. Neste processo, o Jornal Nacional terá um papel importante uma vez que ao longo dos anos 70 a Globo torna-se líder absoluta de audiência .

Corria o ano de 1980 quando o empresário espanhol Pedro Irujo adquire a TV Itapoan. Este processo articula-se à derrocada da TV Tupi. Mudanças importantes são encampadas pela nova Itapoan que chega a produzir 60% da programação. Produtores independentes realizam experimentações que deixariam sua marca na história das comunicações na Bahia. A Itapoan passa a fazer parte do Sistema Brasileiro de Televisão, de São Paulo.

Se a Globo estendeu de modo insuperável seus tentáculos sobre os sofás dos lares brasileiros, será no domingo que a TV Itapoan/SBT realizará sua revanche com o “Programa Silvio Santos”. Já o telejornalismo da Itapoan introduz nomes como Raimundo Varela, Cristovam Rodrigues e Gerson Macedo, oriundos do rádio. Se, hoje, programas como o “Balanço Geral” da TV Itapoan/Record e “Que venha o povo”, da TV Aratu, continuam a fazer sucesso junto ao público “popular”, alguns de seus precursores continuam em cena. Em 1981 a TV Bandeirantes inicia sua transmissão e em 1985 a TV Bahia é inaugurada, mesmo ano de inauguração da TV Educativa. É evidente não ser mero acaso a expansão da Rede Bahia de Comunicação em todo o estado. Ao contrário, tal expansão expressa de maneira contundente o processo de concentração do poder político e econômico no estado que culmina com a criação desta rede de Televisão no estado. Permite-nos, enfim, entrever as mudanças ocorridas na Bahia ao longo do regime militar, o seu fim, bem como a emergência de distintos momentos históricos.

Personagem de destaque na cena estadual, Antonio Carlos Magalhães estará à frente do ousado projeto de implementação de uma poderosa rede de comunicação de propriedade da sua família no crepúsculo do regime militar. Estrategicamente indicado ministro das Comunicações de José Sarney, após a traumática morte de Tancredo Neves, ACM,



promove a festa das concessões de canais de TV e rádio. Beneficia seu próprio grupo político inaugurando na Bahia, em 10 de março de 1985, a TV Bahia. Com o slogan “Está nascendo um novo sol na Bahia”, a emissora começa sua transmissão. No seu staff vicejam nomes como Ivan Pedro, Carlos Ribas, Luis Brito, Lucia Almeida e Julio Rebouças. A TV Bahia nasce na condição de afiliada da TV Manchete mas em seu ambicioso projeto está a mudança para a TV Globo.

Na moldura do discurso fundador da TV Bahia será exibido o documentário “Bahia de todos nós”, produzido por Nelson Pereira dos Santos. A produção dialoga com o imaginário baiano cobrindo costumes, artes, hábitos do povo. Este discurso envolve uma rede imaginária tecida pelo poder político dominante do grupo hegemônico. Neste quadrante estarão presentes alguns dos maiores nomes do cenário cultural baiano contemporâneo: Mário Cravo, Caetano Veloso, Carybé, Jorge Amado, Calazans Neto dentre outros. Na programação da TV Bahia/Manchete destacam-se programas infantis como “Circo Alegre” e desenhos, esportivos além de jornalísticos e programas de entrevista. Na programação local a emissora segue uma tendência consolidada: jornalismo local como o “Bahia em Manchete”, programas esportivos como o “Manchete Esportiva”. A TV Bahia abre suas portas com uma equipe técnica qualificada, equipamentos modernos como cinco ilhas de edição, equipamentos novos de VT, transmissor de 300 kw de alta potência, a antena mais alta do Norte-Nordeste, além de no âmbito econômico atrair importantes anunciantes.

Se a Rede Globo será protagonista no processo da construção imaginária de um país moderno e integrado, a transferência da concessão de transmissão da rede Globo que passa à TV Bahia, em 1987, deixando para trás 18 anos de vínculo entre a TV Aratu e a “Vênus Platinada” é, mais uma vez, um lance importante neste complexo jogo de dominação articulando poder político e poder simbólico. Neste processo, consolida-se um projeto político que deixa para trás a ideia de uma Bahia lenta, arcaica e em seu lugar é forjada uma nova Bahia, festejada de maneira primorosa pela economia da cultura e do turismo. Não é sem mais que desta síntese surgirá uma indústria cultural vigorosa onde terão papel fundamental além das políticas de Estado, cujo emblema é a fusão entre a Secretaria de Cultura e a Secretaria de Turismo, o campo midiático, o qual conta não apenas com a Rede Bahia de Televisão de propriedade do grupo político dominante mas com os diversos setores da comunicação. Todo este processo está articulado a movimentos internos – Bahia e Brasil - bem como a uma rede complexa do



processo de globalização, de mundialização da cultura. A cultura subsumida à mercadoria ganha no estado da Bahia contornos singulares, marcada pela apropriação via mídia e poder político-econômico local, de elementos da cultura mestiça, de elementos do tradicional e da cultura nova que então começa a ser forjada sem perder de vista os arranjos necessários com uma elite local conservadora.

Finalmente, em 09 de novembro de 1985 seria inaugurada a TV Educativa, última emissora nordestina a ser instalada, afinal não havia interesse em instalar uma emissora pública quando o grupo político dominante acabara de inaugurar o seu canal oficioso de comunicação

Mergulhada nesta modernidade “líquida” em que a exclusão social algumas vezes borraria a imagem asséptica, a televisão no Brasil continuou erigida sobre um discurso convenientemente assentado em um imaginário de integração, em um ideal de sociedade de consumo. Na Bahia se de um lado há um discurso convergente com este imaginário torna-se necessário compreender algumas especificidades que traduzem a emergência dos signos modernos encarnados na TV na terra dos Orixás.

Alguns Comentários Finais

Nosso propósito nos limites deste estudo, ainda em curso, é pensar o lugar da televisão no processo de modernização da Bahia. Para alcançarmos tal propósito, partimos do pressuposto de que a televisão no Brasil passa a encarnar um papel decisivo no processo de construção hegemônica iniciado com o Regime Militar de 64 e a partir do qual forjou-se um projeto de modernização que produziu uma sociedade marcada por profundos paradoxos sociais, quando, de um lado, passamos a conviver com tecnologias as mais sofisticadas, cuja expressão mais emblemática é a televisão brasileira, de outro vivenciamos uma dramática exclusão social.

Diante desta realidade, diversas análises buscam compreender as repercussões da modernização do Brasil, a especificidade e desdobramentos da expansão extraordinária da indústria cultural em um país cuja característica fundamental é a fragilidade das instituições sociais, o restrito acesso à cultura escrita, a profunda hibridização das culturas regionais, e, portanto, uma sociedade em que o acesso à realidade não-imediata encontra na televisão, ainda, uma das esferas privilegiadas de mediação.

Concluimos por ora estas anotações reafirmando nossa pretensão com este estudo, qual seja, somar esta reflexão a outras análises que procuram compreender os paradoxos do



processo de modernização brasileiro, colocando em primeiro plano o campo simbólico, com destaque para a comunicação/TV a partir de uma realidade específica. Para isto, interessa-nos compreender de modo mais detalhado de que modo esta trama é encenada no solo baiano.

Referências Bibliográficas

ARAGÃO, Joane Maltez de, MENEZES, Juliana Cíntia F. de e SANTOS, Lourivânia Soares. Um Resgate da História da Tv em Salvador. *Mimeo*, 2006.

CARVALHO, Inaiá M. de., PASTERNAK, Suzana e BÓGUS, Lúcia Machado. Transformações Metropolitanas: São Paulo e Salvador. *Caderno CRH*, V.23, N.59, p.301-321, Maio/Ago 2010.

COSTA, Alcir Henrique et alii. *Um país no ar*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

DANTAS NETO, Paulo Fábio. Tradição, Autocracia e Carisma. *A política de Antonio Carlos Magalhães na Modernização da Bahia (1954-1974)*, Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2006.

MATOS, Rita de Cássia Aragão. *O Paroxismo do Sonho. Um estudo sobre a Exclusão Social no Jornal Nacional*. Salvador, Edufba, 2009.

_____. *O Sarcasmo das Coisas*. Um estudo sobre recepção, publicidade e grupos “precarizados”. São Paulo, Scortecci, 2013.

MATTOS, Sergio. História da Televisão Brasileira. *Uma Visão Econômica, Social e Política*. Petrópolis, Vozes, 2002.

RISÉRIO, Antonio. *Uma História da Cidade da Bahia*. Rio de Janeiro, Versal, 2004.

RUBIM, Antonio Albino (org.) *A ousadia da Criação. Universidade e Cultura*. João Pessoa, Editora da UFPb, 1999

RUBIM, Antonio Albino C. Cultura, Política e Mídia na Bahia Contemporânea. *Comunicação e Política*, ns, V.X, p.103-155. _____. (Org.). *Idade mídia*. Salvador: Edufba, 1995.

ZACHARIADHES, Grimaldo Carneiro (org.) *Ditadura Militar na Bahia*. Novos Olhares, Objetos, Novos Horizontes, Salvador, Edufba. 2009.