

MESTRADO EM HISTÓRIA SOCIAL
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

**FORTALEZA NOS PRIMEIROS TEMPOS DA TV
COTIDIANO, MEMÓRIA E CULTURA
1958 - 1965**

Ana Leopoldina Macedo Quezado

**FORTALEZA
2007**

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

ANA LEOPOLDINA MACÊDO QUEZADO

**FORTALEZA NOS PRIMEIROS TEMPOS DA TV
COTIDIANO, MEMÓRIA E CULTURA
1958 - 1965**

Dissertação de mestrado apresentada ao
Curso de Mestrado em História Social da
Universidade Federal do Ceará como
requisito para obtenção do título de mestre.

Orientador: Professor Doutor Francisco Gilmar Cavalcante de Carvalho

**Fortaleza
2007**

ANA LEOPOLDINA MACÊDO QUEZADO

**FORTALEZA NOS PRIMEIROS TEMPOS DA TV
COTIDIANO, MEMÓRIA E CULTURA
1958 - 1965**

Dissertação de mestrado apresentada ao
Curso de Mestrado em História Social da
Universidade Federal do Ceará como
requisito para obtenção do título de mestre.

BANCA EXAMINADORA

Professor Doutor Francisco Gilmar Cavalcante de Carvalho
Universidade Federal do Ceará

Professor Doutor Gisafran Jucá
Universidade Estadual do Ceará

Professora Doutora Meize Luca
Universidade Federal do Ceará

AGRADECIMENTOS

Por fim, chegou a parte em que estou livre para escrever, sem regras. “Por fim”, porque os agradecimentos ficaram por último, embora estejam no começo deste trabalho. Mas essa liberdade não é tão grande assim! Tenho aqui o desafio de expressar na medida certa o sentimento de gratidão por todos que contribuíram para que eu conseguisse “levar” a vida nos últimos anos em meio a busca pelo saber, o trabalho e a família.

O que seria desse trabalho se não fossem a ousadia e o atrevimento dos que me acompanharam por este caminho? O cuidado com o texto, as idéias, as releituras, as boas doses de coragem. Afrescos da vida que deram sentido a minha existência acadêmica. Junto da família, dos amigos, dos entrevistados, montei episódios desta dissertação que tanto me instigou e me humanizou.

Em especial, ofereço este trabalho à minha filha Martina, de quem retirei inúmeros dias de convívio, quase todos os fins de semana de 2004, 2005, 2006 e parte de 2007, para me dedicar às leituras, à pesquisa e à escrita da dissertação. Para ela, a minha vitória! A sua existência me basta. Ao meu companheiro João, pelos cuidados especiais com este trabalho: as revisões meticulosas, o trato com as fotos e ainda a compreensão pelas minhas constantes irritações. Aos meus pais, pela vida.

Sem a amiga Geísa, de todas as horas, certamente, este trabalho não sairia como tal. Enquanto estava por perto, me cercou de livros, troca de idéias e coragem. A Bete Jaguaribe, o meu muito obrigada pelo incentivo para participar da seleção do mestrado em História Social. Foram infindáveis ligações para Brasília a fim de tirar dúvidas sobre a bibliografia. De lá, vieram alguns consolos: “Ana, estamos no mesmo barco. Eu lutando para sair do mestrado e você para entrar. São dois momentos difíceis!”. Enfim, conseguimos.

À Eulália, pela força da presença, pela capacidade de me tirar gargalhadas nos momentos de tensão e de “altoastralizar” os meus dias. Algumas vezes, compartilhou leituras somente para ajudar nas discussões. Ao Élcio e à Simone, agradeço a afetividade e as oportunidades de conhecimento.

Ao querido professor Gilmar de Carvalho, meu orientador, agradecimentos vários. O apoio, a amizade que cresceu durante os encontros, os livros, o conjunto de fotos raras sobre a programação da TV Ceará e a sensibilidade. Antes mesmo de ser

aprovada no programa de pós-graduação em História, ele já estava disposto a contribuir com o meu trabalho. É um eterno incentivador de todas as gerações.

Na pessoa do professor Frederico Castro, agradeço a todos os outros docentes do mestrado pelo carinho com que me recebeu, em especial a Meize Lucas, pelos apartes durante a disciplina. Na pessoa do colega Márcio, agradeço a todos os outros com quem dividi a sala de aula tão harmonicamente. À dona Regina Jucá, secretária, pelas recepções sempre carinhosas e a disposição para resolver a burocracia inerente a um programa de pós-graduação.

Aos meus entrevistados, também agradecimentos vários. Foram horas dedicadas as minhas perguntas, às vezes infundáveis. Acabei descobrindo que entre o ouvinte e o narrador acaba nascendo uma relação de afetividade, inesquecível. Relembro de cada um com suas vozes, olhares e gestos que sustentam essa história. Sem o depoimento de todos, jamais conseguiria realizar este trabalho.

Aos professores Gisafran Jucá e Inês Vitorino, obrigada pelas contribuições no exame de qualificação.

Por fim, a todos nós!!

RESUMO

A presente dissertação tem como finalidade refletir sobre o cotidiano de Fortaleza nos primeiros tempos da tv, a partir do movimento para instalação da pioneira TV Ceará, num período que se inicia em 1958; passa pela inauguração da emissora, em 1960, com a programação toda produzida na cidade; se estendendo até 1965, quando chegam aqui os programas gravados em vídeo-teipe, produzidos no Rio de Janeiro e São Paulo.

Neste trabalho, recorri aos métodos da História Oral a fim de interpretar as memórias narradas pelas pessoas que vivenciaram Fortaleza no período estudado, evidenciando as tramas do cotidiano e as experiências sociais, marcadas pela complexidade e permeadas por conflitos historicamente localizados. Considero que, mesmo guardando lembranças individuais, que são relacionadas a seu tempo, a sua vida, as recordações registradas de cada depoente carregam elementos comuns a outras pessoas “presentes” na mesma realidade.

Também pesquisei ornais e revistas para “investigar” como a inserção da estação enquanto objeto da chamada indústria cultural alterou a dinâmica da Capital Cearense, pontuando os momentos em que atuou como impulsionadora de novos hábitos e costumes e geradora de espaços de sociabilidade.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to ponder the first days of television in Fortaleza's everyday life since the preliminary movements towards the set up of the pioneer TV station, TV Ceará. This period of time started in 1958; going through 1960 with the inauguration of the broadcast, where its programs were produced locally; until 1965 with the arrival of the videotape programs produced in Rio de Janeiro and São Paulo.

For this work I used the methodology from Oral History to be able to interpret the memories told by people who lived in Fortaleza during the period I have studied, making evident the daily schemes and social experiences, marked by complexity and studded with historically located conflicts. I consider that, despite the individual recollections related to their times and life, the memories registered from each one of those who gave evidence, have elements that are common to other people who were present at the same time.

I have also searched newspapers and magazines to "investigate" how the insertion of the TV station, as part of the so-called cultural industry, have altered the dynamics of the state's capital, marking the moments where it was present impelling new habits and customs as well as giving origin to spaces of sociability.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO

CAPÍTULO 1

Os preparativos para a chegada da TV

CAPÍTULO 2

A Fortaleza que recebeu a TV

CAPÍTULO 3

O desvendar do cotidiano com a chegada da TV

CONSIDERAÇÕES FINAIS

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS COM FOTOS

INTRODUÇÃO

Esta dissertação de Mestrado em História Social da Universidade Federal do Ceará tem seu embrião numa inquietação pessoal com a lacuna historiográfica sobre a televisão no Ceará, colocando o foco sobre os seus primeiros telespectadores. Neste sentido, o trabalho se propõe a pensar o impacto do novo veículo no cotidiano dos moradores de Fortaleza, a partir do movimento para instalação da pioneira TV Ceará, num período que se inicia em 1958; passa pela inauguração da emissora, em 1960, com a programação toda produzida na cidade; se estendendo até 1965, quando chegam aqui os programas gravados em vídeo-teipe, produzidos no Rio de Janeiro e São Paulo. Esse acontecimento marcou uma transformação estrutural na empresa de TV, uma vez que até então toda a produção era 100% regional e ao vivo, provocando uma complexa mudança no padrão do material que ia ao ar e nas relações de mercado.

A escolha deste tema para a pesquisa não aconteceu por acaso, uma vez que faço parte do universo chamado televisão. Há 11 anos, estreitei os laços profissionais com o veículo quando comecei a trabalhar na TV Verdes Mares – afiliada no Ceará da Rede Globo – na condição de jornalista. Ao longo do tempo, tenho convivido com o deslumbramento com que este veículo eletrônico seduz a sociedade, a tal ponto de assumir a condição de uma das mais importantes vias de acesso à informação e ao entretenimento para grande parte da população, como mostram as medições de audiência em tempo real contratadas pelas emissoras.¹ Para reforçar a minha argumentação, tomo emprestado aqui uma afirmação de Arlindo Machado (“preliminares” do livro “*A Arte do Vídeo*”):

A televisão penetrou tão profundamente na vida política das nações, especularizou de tal forma o corpo social, que nada mais lhe pode ser “exterior”, pois tudo o que acontece de alguma forma pressupõe a sua mediação, acontece portanto para a tevê. Aquilo que não passa pela mídia eletrônica torna-se estranho ao conhecimento e à sensibilidade do homem

¹ Refiro-me às pesquisas de audiência contratadas pelas emissoras de televisão aos institutos credenciados para tais trabalhos, como o Ibope, que fornecem em tempo real, via internet, o número de aparelhos ligados em cada canal brasileiro.

contemporâneo. Não se diz mais que a televisão “fala” das coisas que acontecem; agora ela “fala” exatamente porque as coisas acontecem nela. (Machado, 1988, p.8).

Posso dizer, então, que ela opera como uma espécie de processador daquilo que ocorre no tecido social, de maneira que “tudo” deve passar por ela, “tudo” deve ser narrado, mostrado, significado por ela. Assim, foram se intensificando os meus questionamentos e as curiosidades acerca do lugar ocupado pela televisão.

Ainda dentro da trajetória profissional, a partir de 2002, iniciei-me no magistério superior, ministrando as disciplinas de Telejornalismo no curso de Comunicação Social das Faculdades Nordeste (Fanor), em Fortaleza. No preparo da bibliografia, deparei-me com a escassez de estudos sobre a TV no Ceará que faça jus à sua importância. A exceção é o livro “*A Televisão no Ceará*”, do professor Gilmar de Carvalho, meu orientador nesta pesquisa, que faz um extenso e detalhado relato sobre o fazer televisivo na primeira emissora do Estado. “*Todos os dias eu estava lá, conferindo cenários, sentindo o cheiro forte da tinta e conhecendo os artistas que ensaiavam. Impressionava-me o calor (equatorial) e as luzes dos refletores*” (Carvalho, 2004, p. 8). O acervo de fotos e de recortes de jornais do professor me foi muito útil neste trabalho. Outro título neste universo é o livro *TV Ceará – a Fábrica de Sonhos*, do jornalista, teatrólogo e ficcionista Eduardo Campos (1999), um dos responsáveis pelos primeiros passos da emissora no Ceará.

Vale ressaltar também que as narrativas sobre a cidade de Fortaleza, mesmo aquelas baseadas nas operações da história cultural, não contemplam a presença dos meios de comunicação na vida da população, referidos apenas em algumas citações. No que diz respeito à reflexão sobre TV/cotidiano, proposta deste estudo, não tive acesso a nenhuma produção específica no Estado. Portanto, reconheço a importância que os veículos de massa, especialmente a televisão, assumem na constituição das sociedades modernas, desenvolvendo-se num entrelaçamento com outros processos histórico-sociais.

Hoje, quando comparada a outros meios de comunicação, como os jornais de grande circulação nacional, com tiragens acima de 500 mil exemplares, a TV tem um

público exageradamente maior. De acordo com o último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), de cada 100 domicílios brasileiros, 98 têm um aparelho de televisão. Diante dessa reconhecida influência, penso que há necessidade de um olhar mais atento por parte das produções acadêmicas sobre os primeiros tempos de sua implantação. Apesar do conteúdo de jornais, rádio e TV servirem de fonte para as pesquisas historiográficas, o seu lugar como objeto de estudo em si mesmo ainda é restrito. Mesmo com o movimento dos *Annales*² abrindo a prática historiográfica a outros objetos menos tradicionais, o estudo da mídia ainda não ocupa papel de destaque na reflexão dos historiadores.

Certamente, a televisão produz a imagem mais presente no cotidiano do Brasil, tendo se estabelecido como o grande instrumento de integração nacional e elemento constituinte de um repertório audiovisual de importância fundamental no imaginário brasileiro. Num País em que a cultura tem forte marca das tradições orais, o veículo se estabelece como um novo espaço público, mediador das aspirações da sociedade brasileira. Ironicamente nascido sob a égide da vida privada – lembra Esther Hamburger (1998), este novo espaço público desloca de mãos o poder da formação e dos repertórios disponíveis, deixando de ser monopólio das elites de intelectuais e políticos, titulares dos postos de comando.

Se hoje, pergunto-me, as pessoas se acham enredadas na trama simbólica da qual a televisão é tecelã, o que aconteceu quando a experiência foi iniciada no Ceará há quase 47 anos? Quais as sensações despertadas pela primeira experiência de contato com o vídeo dentro de casa? Para questões do presente, as respostas podem estar no passado. Mas logo surgiu a dúvida: até que ponto posso “reconstruir”, na linguagem escrita, esse processo sem cair em alguma espécie de esquematismo redutor (mediante o uso de clichês, fórmulas prontas) ou, na outra ponta, sem ceder à tentação do subjetivismo? Essas indagações foram amenizadas com as discussões durante as aulas do Mestrado em História Social da UFC, onde ingressei em 2005.1, ganhando fôlego para conduzir a pesquisa.

² Movimento de abertura de novos campos e de novas abordagens, que eclodiu nas décadas de 60-70 na França, como contraponto à derrocada das chamadas grandes narrativas.

A primeira emissora do Estado foi inaugurada pelo grupo *Diários Associados* em 26 de novembro de 1960 – a TV *Ceará*, canal 2, num período em que Fortaleza passava por transformações referentes à malha urbana e às práticas de sociabilidade, acentuando os traços de cidade dos contrastes – por um lado, havia concentração de renda nas mãos de poucos, em busca de inserção em um mundo mais “civilizado” e, de outro lado, uma crescente população de pobres. Neste cenário, como a nova mídia foi recebida?

A televisão chegou à Capital do Ceará 10 anos depois do lançamento da primeira emissora do País – a TV Tupi-Difusora, canal 3, também pertencente aos *Diários Associados*, inaugurada no dia 18 de setembro de 1950 na cidade de São Paulo, já o maior centro comercial e industrial do Brasil, adotando desde o início o sistema comercial³. Ou seja, a TV ensaiou seus primeiros passos praticamente no auge do processo de industrialização do Brasil, iniciado nos anos 30, culminando com a plena instalação do capitalismo monopolista no período do Plano de Metas (1956-1960)⁴, o ambicioso projeto de Juscelino Kubitschek que previa distribuição de investimentos entre os setores de energia, transporte, alimentação, indústria de base e educação.

Quando a TV se instala no Brasil, existia um setor de publicidade liderado pelas agências norte-americanas – destacadamente a McCann e a J. W. Thompson, que se instalaram a partir de 1929, seguindo as multinacionais que aqui abriam escritórios, como a Ford e a General Motors, as quais anunciavam, até então, principalmente no rádio e nas revistas. Então a televisão nasce para concorrer diretamente com esses meios pela participação no “bolo” publicitário. As agências e os anunciantes assumem um papel fundamental na criação, redação e até mesmo na produção de programas de TV, dada a insuficiência de recursos humanos e falta de experiência reinantes. Exatamente por essa razão, nos primeiros anos, os programas eram identificados pelo nome do patrocinador: Telenotícias Panair, Repórter Esso, Telejornal Pirelli, Gincana kibon e Sabatina Maisena, uma prática que já existia no rádio.

³ Trata-se de uma classificação dos sistemas nacionais de televisão do ponto de vista de suas formas de financiamento, como faz, por exemplo, Nadine de Toussaint (1979), dividindo as TVs em dois modelos de organização: o modelo estatal e o comercial. No primeiro caso, o sistema é financiado através da cobrança de uma tarifa aos usuários (é o caso de alguns países europeus) ou da destinação de uma parte do orçamento fiscal do estado, como no modelo brasileiro das estatais. No modelo comercial, as emissoras se organizam nos moldes de uma empresa privada e o financiamento é feito mediante a venda de espaço publicitário.

⁴ Vide, a esse respeito, César Bolaño (2004) e seu ‘Mercado Brasileiro de Televisão’.

Logo após a TV Tupi, vieram as emissoras dos *Diários Associados* no Rio de Janeiro (1951) e Belo Horizonte, com a TV Itacolomi. Decidido a colocar antenas transmissoras em cada grande cidade brasileira, o grupo comprou, de uma só vez, nos Estados Unidos, nove estações. Assim, foram implantadas em Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Recife, Fortaleza, São Luís, Belém e Goiânia. Depois vieram Vitória e Brasília. As instalações das emissoras dependiam, como acontece até hoje, de autorização do Governo Federal para a exploração de canais por parte da iniciativa privada⁵. Todas essas televisões eram comandadas por Assis Chateaubriand (1892/1968), o paraibano que se transferiu para o Sudeste do País, em 1918, e conseguiu montar um oligopólio de comunicação, a partir da aquisição de *O Jornal*, em 1924, através de favorecimentos políticos e tráficos de influência que se confundem com a própria história do País. Os “tentáculos” dos *Associados* chegam ao Ceará no início dos anos 40 quando o Grupo adquire a *Ceará Rádio Clube*, que mais tarde cria um departamento só para cuidar da instalação da TV Ceará em Fortaleza.

Para os *Associados*, tão importante quanto a expansão do grupo pelo País foi o episódio que aconteceu no dia 21 de setembro de 1959. Nesta data, na presença do poeta e tabelião Menotti Del Picchia, Chateaubriand assina escritura doando 49% de suas ações e cotas das empresas *Associadas* a 22 funcionários de sua confiança. Como garantia para a preservação do império que ele construiu, deixa determinado em cartório a perpetuidade do Condomínio, e determina-se a cada um dos condôminos que as cotas são inalienáveis e impenhoráveis (Inimá F. Simões, 1986).

Alguns anos depois, em 1962, já preso a uma cadeira de rodas em consequência de uma trombose que teve na madrugada do dia 27 de fevereiro de 1960, Chateaubriand completa a doação, cedendo os 51% restantes aos mesmos colaboradores, com uma única exceção: exclui seu filho, Gilberto, que é substituído por Paulo Cabral de Araújo. A justificativa dele para tal medida era a seguinte: “*Eu seria um perfeito idiota se quisesse entregar os Diários Associados apenas a meus filhos. Os Diários escapam de*

⁵ O Código Brasileiro de Telecomunicações só surgiu em 27 de agosto de 1962, regulamentado pelo decreto n. 52.026 de 20 de maio de 1963. Mas autores como Sérgio Caparelli, Aloísio da Franca e César Bolaño, apontam que os instrumentos jurídicos para a atuação do governo no sistema televisivo brasileiro já existiam antes. Foram transpostos do rádio, uma regulamentação que vem de 1930, e que tem suas raízes na posição nacionalista aplicada ao resto da indústria. Tal nacionalismo estava presente nos decretos 20.047 e 21.111, de 1931 e 1932, respectivamente, que tratavam da radiodifusão no País.

tal forma ao controle de minha família natural que o seu comando só poderia caber à minha família cívica, constituída pelos meus companheiros de trabalho”⁶.

Na lista dos beneficiados, estava o cearense Manoel Eduardo Pinheiro Campos⁷, que cuidou da instalação da primeira emissora de TV no Ceará. Da mesma maneira como aconteceu em São Paulo, o rádio foi o grande “inspirador” da televisão no nosso Estado, transferindo inclusive para a nova mídia os profissionais e o modelo de programação, já que não havia mão-de-obra adequada para o novo veículo Além da *Ceará Rádio Clube*, inaugurada em 1934, a estação pioneira de Fortaleza, quando a TV foi inaugurada a população se divertia nas ondas da Rádio Iracema (1948), Verdes Mares e Uirapuru (1956), para depois surgir a Rádio Dragão do Mar, em 1958. Eram os primeiros passos de uma cultura de massa que começava a se enredar no cotidiano da cidade.

É interessante observar que, nos Estados Unidos, onde a televisão surge em 1941, portanto alguns anos antes do seu aparecimento no Brasil, a inspiração maior para a nova mídia veio do cinema, com o referencial da imagem como elemento maior de identificação. Lá, a TV encontra uma poderosa indústria cinematográfica, com Hollywood já em cena, produzindo filmes especialmente para a televisão. Aqui, a primeira tentativa do cinema industrial se deu com a Companhia Vera Cruz, que tem seu nascedouro coincidentemente no mesmo ano da televisão. Portanto, a TV nacional não tinha o cinema para se alimentar e foi obrigada a fazer toda a programação ao vivo. Por conta dessa situação, o cinema e a televisão brasileiros caminharam por vias paralelas ao longo do tempo, abrindo mão de uma parceria que ajudou a consolidar a indústria audiovisual na maioria dos países produtores de conteúdo.

A movimentação em torno dos veículos de comunicação se intensifica entre as décadas de 50 e 60 porque o País vive um período de muita efervescência no campo político e cultural: o suicídio do presidente Getúlio Vargas; a mudança da Capital

⁶ Inimá F. Simões, *Um País no Ar – História da TV brasileira em três Canais*, 1986, p.49.

⁷ Além de Manoel Eduardo Pinheiro Campos, a lista era composta pelos seguintes condôminos: Armando de Oliveira, Belarmino Austregésilo de Athaide, David Nasser, Edmundo Monteiro, Edílson Cida Varella, Epaminondas Correia Barahuma, Ernesto Correa, Francisco Braga Sobrinho, Gilberto Chateaubriand, Bandeira de Mello, João Calmon, João Napoleão de Carvalho, José Pires de Sabóia Filho, Leão Gondim de Oliveira, Nereu Gusmão Bastos, Odorico Montenegro Tavares da Silva, Paulo Cabral de Araújo, Renato Dias Filho, Osório Monteiro, Camilo Teixeira da Costa, Pedro Aguinaldo Fulgêncio, Manuel Gomes Maranhão e Martinho de Luna Alencar.

Federal do Rio de Janeiro para Brasília; a migração das populações do campo para a cidade, em função do processo de industrialização. Surgem a Bossa Nova e o Cinema Novo mostrando, respectivamente, novas maneiras de se fazer música e filmes. Nesse contexto, aflora uma sociedade ávida pelas novidades de consumo agora também oferecidas pela nascente indústria cultural local. Fortaleza vivia também essa euforia desenvolvimentista. O futuro parecia ao alcance das mãos por meio da solução técnica.

Estratégias

A tarefa de pensar “*Fortaleza nos primeiros tempos de TV*” me levou a analisar também as “estratégias” lançadas pelo grupo de Assis Chateaubriand para conseguir o apoio financeiro dos moradores de Fortaleza. Em 1959, os jornais *Associados* no Ceará - *Correio do Ceará* e *Unitário*, publicavam anúncio de página inteira, com o título “10 razões que garantem a instalação da TV Ceará”. Dentre os motivos alinhados, apelavam para uma colaboração em dinheiro da população das terras alencarinhas, destacando o seguinte: “povo inteligente, realizador, que mais uma vez ajudará o progresso artístico e cultural do Estado” e ainda relacionavam à futura emissora de televisão a *Ceará Rádio Clube*, de cujos “bons” serviços seriam um prolongamento.

O noticiário criava, então, um clima estimulante para a venda das ações, com uma ofensiva bem programada. As matérias dos dois jornais citavam Fortaleza como a cidade ideal para a televisão por se tratar de um espaço urbano plano, o que resultaria numa imagem de excelente qualidade. Quanto mais se aproximava da data de inauguração da emissora, maior era o apelo para que as pessoas comprassem as ações. “Não precisa você ser importante! O importante é você se tornar subscritor da TV Ceará, canal 2!”. A lista de compradores, encabeçada pelo então governador Parsifal Barroso, ia do mais humilde funcionário público aos grandes empresários. Por que o entusiasmo de ser co-proprietário da primeira emissora do Estado do Ceará?

Para a realização desta pesquisa, parto do princípio de que um dos pontos centrais do trabalho do historiador é compreender o lugar que os sujeitos ocupam nas tensões sociais e mergulhar no “mundo” das suas representações socialmente construídas. No caso do meu trabalho, o foco principal será direcionado para as pessoas

que vivenciaram a chegada da TV à Fortaleza, tentando perceber as alterações no cotidiano das relações familiares e da vizinhança, bem como analisar a recepção ou o “uso” feito pelos habitantes da Capital do Ceará dos programas da emissora. Serão elas os protagonistas desta História.

Utilizo a perspectiva de cotidiano não como algo estático, e sim, como indica o pensamento da professora Maria Odila Silva Dias, o conceito sugere mudanças, rupturas, dissolução de culturas, possibilidade de novos modos de ser e não somente a rotina, o repetitivo. É baseada nessa definição que procuro analisar as presentes investigações sobre *Fortaleza nos primeiros tempos de TV*:

O advento da modernidade assinalou ruptura nos costumes e nos valores vivenciados pelos sujeitos históricos. O conceito do cotidiano, sob esse prisma específico, parece implicar contradição com o próprio termo que indica, de imediato, para muitos, uma idéia de rotina, de lazer, de fatos encadeados num plano de continuidade, campo da necessidade e da repetição, área reservada ao consumo, à cultura dominante. Entretanto, para alguns pensadores da nossa contemporaneidade, o conceito sugere, antes, mudança, rupturas, dissolução de culturas, possibilidades de novos modos de ser. (Silva Dias, 1998, p.226).

Observo que a autora alerta para as possibilidades de estudos abertos pela “hermenêutica do cotidiano” que, com bases analíticas fundamentadas, pode ajudar a desvendar formas sutis de apropriação do cotidiano e a reconstituição das experiências vividas. Neste sentido, à medida que o meu trabalho de investigação com a documentação escrita e oral se desenvolveu, simultaneamente, pude perceber contradições, conforme aponta Dias, tão necessárias aos estudos históricos.

Na busca dessas contradições, para interpretar o panorama global de estudo, me valeu o caminho que a autora denomina de “pormenores do cotidiano”, significativos, conceito que vem de encontro à micro-história quando se refere ao sentido de “conflito”. A partir de narrações de indivíduos, comunidades, pequenos enredos aparentemente banais, envolvendo gente comum, é possível formular novas questões para inserir o objeto de pesquisa em totalidades explicativas na construção da trama.

Como me deparei com escassas bibliografias e documentação relacionadas ao objeto pesquisado, com exceções, o que já observei anteriormente, foi imprescindível lançar mão dos recursos da história oral, num percurso que exigiu rigor para reunir e confrontar uma série de repertórios memoriais, carregados de subjetividade, dada à

proximidade com que os depoentes se encontram de suas histórias recentes. Mas ressalto que, através deste campo de reflexão, foi possível elaborar novas questões e repensar pressupostos a partir de interpretações de experiências, acontecimentos inexistentes nas fontes oficiais.

Na visão de Alessandro Portelli, “*a primeira coisa que torna a história oral diferente, portanto, é aquela que nos conta menos sobre eventos que sobre significados*” (Portelli,1997, p.31). Entretanto, o autor não despreza o relato dos fatos, pois “*as entrevistas sempre revelam eventos desconhecidos ou aspectos desconhecidos de eventos conhecidos: elas sempre lançam nova luz sobre áreas inexploradas da vida diária da classe não hegemônica.*” (Idem, ibidem). Portanto, reconheço o estudo sobre a oralidade como uma possibilidade de reflexão no campo da História Social.

A empreitada não foi das mais fáceis. Saí em busca de pessoas que “*experienciaram*” a chegada da TV em Fortaleza em asilos de idosos, nas páginas dos jornais da época e nas conversas com amigos. O único critério para que fossem entrevistados era ter vivenciado a estréia da nova mídia na Capital Cearense, uma vez que eu não tinha escolhas no restrito universo que restou dessas pessoas nos dias de hoje, devido a distância para com o passado estudado. Mesmo assim, consegui reunir neste trabalho 13 depoentes com mais de 60 anos de idade, sendo cinco produtores de conteúdo para a TV (Guilherme Neto, Narcélio LimaVerde, Rômulo Siqueira, Eduardo Campos e Neuza Colares), um comerciante (Antônio Romcy), um professor do Liceu do Ceará (José Carlos de Araújo), duas funcionárias públicas (Otacília Verçosa e Stephânia Monteiro Rocha Lima), duas donas de casa (Alice Montenegro de Miranda e Angelita de Araújo), uma costureira (Luci Cavalcante Marinho) e um alfaiate (Antero Ferreira Bezerra, seu *Tutuca*), todos aposentados.

Guilherme Neto era cantor de rádio famoso em Fortaleza, trabalhou na Ceará Rádio Clube na década de 50 e foi o primeiro diretor de programação da TV Ceará. Me recebeu para a entrevista no dia 10 de janeiro de 2006, aos 80 anos de idade. Conversamos ao sabor da brisa, durante uma tarde inteira na ampla varanda de sua casa na Aldeota, onde fomos levados pelas memórias de um rádio charmoso e poderoso. Nos

relatos, a alegria emergia e submergia, sem respeitar os cabelos brancos do homem eternamente apaixonado pela radiodifusão.

Narcélio Limaverde percorreu quase todas as emissoras de Fortaleza como radialista, à exceção apenas da Uirapuru. Foi um dos primeiros apresentadores de telejornal da TV Ceará, canal 2. Dialoguei com ele através do seu livro de memória *Senhoras e Senhores – História do Rádio e da TV dos anos 50* e de uma longa entrevista aos alunos de Jornalismo da Faculdade 7 de Setembro.

Rômulo Siqueira foi Diretor Comercial da TV Ceará, transferindo-se para o Rio de Janeiro após o desligamento do cargo. Em visita à Capital carioca no ano de 1986, o professor Gilmar de Carvalho o entrevistou e guardou a fita cassete. Tive acesso ao trabalho e incluí nesta pesquisa. Já a conversa com Eduardo Campos se deu na sede da Ceará Rádio Clube, na avenida senador Virgílio Távora, emissora que ele dirige até hoje.

Nas pesquisas pelos jornais, me deparei com uma foto do comerciante Antônio Romcy, publicada em novembro de 1959 na *Gazeta de Notícias*, durante a solenidade de entrega de um aparelho de TV a Wanda Câmara Medeiros, a sorteada entre os consumidores da loja *Magazine Sucesso*. Ele era um dos maiores empresários do Ceará, anunciante em potencial tanto em rádio como em jornal. Segui os indícios e fui localizá-lo morando sozinho em um apartamento na Aldeota, na companhia de um cachorro. Imaginava encontrar um homem marcado pela ação do tempo, mas surpreendi-me com a vaidade dos cabelos pintados, os trajes jovens e a conversa afiada. Foi uma tarde de lembranças, de orgulho, de sorrisos e tristezas. Infinitas.

No apartamento do professor aposentado José Carlos de Araújo, 81 anos, do Liceu do Ceará, as conversas se deram de forma mais familiar. Ele e a mulher, dona Angelita, também aposentada, faziam um jogo tipo “lembrança puxa lembrança” para voltar ao passado de quando moravam na Gentilândia. Ali pertinho, também no bairro da Aldeota, fui encontrar mais uma entrevistada: Stephânia Monteiro Rocha Lima, 86 anos, ex-presidente da extinta Legião Brasileira de Assistência (LBA).

A outra depoente deste trabalho, Alice Montenegro de Miranda, dona de casa aposentada, lembra com detalhes o dia em que ganhou a primeira televisão, uma das únicas do bairro Damas. A costureira Luci Cavalcante Marinho, moradora do Montese, também recorre aos fragmentos da memória para narrar os tempos de “televizinha”. O alfaiate Antero Ferreira Bezerra, “seu” *Tutuca*, do Jacarecanga, é outra testemunha viva da Fortaleza nos primeiros tempos de TV, quando comprou um aparelho receptor para a família logo nos primeiros anos. Cheguei até ele por intermédio de um colega de trabalho que sempre dizia: “você tem que incluir o meu avó na sua pesquisa porque ele sabe tudo dessa história”.

Depois de vários telefonemas e visitas às associações que trabalham com idosos, encontrei do outro lado da cidade, no Mucuripe, Otacília Verçosa, a dona Tatá, que aos 76 anos, lidera um grupo de 500 idosos. Entre uma determinação e outra aos trabalhadores da associação – “olha, já está na hora de servir o lanche ao pessoal que está aí dançando”, a ex-funcionária pública fez surgir da memória um bairro solidário, as vozes dos vizinhos e o pastoril que se juntou à televisão da casa dela, o orgulho da filha de jangadeiro.

Neste caminho, ouvi relatos sobre suas vidas pessoais, sempre relacionando a TV ao cotidiano da cidade, como se esses entrevistados fossem roteiristas e atores das cenas principais. Com o cuidado de não cair no imediatismo jornalístico, que tem como característica a pressa na observação dos relatos, bati na porta dos entrevistados várias vezes, confrontei versões e cruzei depoimentos. O roteiro de perguntas elaborado foi extenso e diversificado, com abordagens sobre o motivo da compra das ações (quando isto tinha acontecido) e também do aparelho de TV, o espaço dedicado a ele na casa, a organização dos telespectadores no local onde estava a TV, mudanças na rotina, qualidade da programação e outras indagações.

Ainda sobre esta metodologia de trabalho, “andei” pela pesquisa com a clareza de que a relação entre memória e história se constitui num campo de conflitos. Por isso, destaco que as entrevistas realizadas e as memórias impressas que consegui reunir são reconstruções selecionadas, nas quais as imagens passadas foram reordenadas a partir de condicionantes presentes, pois “*a lembrança é uma reconstrução orientada pela vida atual, pelo lugar social e pela imaginação daquele que lembra*”.(Maluf, 1995, p.

31) Neste trabalho, considero que, mesmo o indivíduo guardando lembranças individuais, que são relacionadas a sua experiência de vida, as recordações registradas em sua memória carregam elementos comuns a outros indivíduos que vivenciaram a mesma realidade.

Cito aqui Jacques Le Goff, que sublinha a relação história-imaginação opondo-se aos defensores da história positivista. Este pensamento dá margem para refletir a escrita da história como uma crônica, uma narração, mas uma crônica de acontecimentos verdadeiros: é a descrição do que é específico, isto é, compreensível nos acontecimentos humanos.

A História assemelha-se então a um romance. É feita de intrigas. Vemos o que esta noção tem de interessante, na medida em que preserva a singularidade sem a fazer cair na desordem, que recusa o determinismo mas implica uma certa lógica, que valoriza o papel do historiador que ‘constrói’ o seu estudo histórico, como um romancista constrói a sua história. Essa noção tem, aos meus olhos, o defeito de fazer crer que o historiador tem a mesma liberdade que o romancista e que a história não é uma ciência, mas um gênero literário; enquanto ela aparece como uma ciência – o que é banal, mas tem que ser dito – que tem ao mesmo tempo o caráter de todas as ciências e caracteres específicos (...) Face aos defensores da história positivista que julgam poder banir toda a imaginação e, até toda a ‘idéia’ do trabalho histórico, muitos historiadores e teóricos da história, reivindicaram e continuam a reivindicar o direito à imaginação. (Le Goff, 1996, pp. 172-173)

Baseada nas reflexões de Le Goff, reforço a idéia de que a memória é uma das fontes de alimentação da história que, por sua vez, procura o passado para servir ao presente e ao futuro. “*Devemos trabalhar de forma que a memória sirva para a libertação e não para a servidão dos homens*”.(Idem, p. 47). Desta forma, acredito que a história está ligada à memória com a finalidade de conhecer o passado.

Ainda sobre o embate entre memória e história, não poderia deixar de citar logo de início a bastante inspiradora e poética obra *Memória e Sociedade – Lembranças de Velhos*, de Ecléa Bosi (1994). A autora usa da memória coletiva de um grupo para recompor todo o painel de uma época, principalmente da Velha República, através da memória de pessoas oprimidas e marginalizadas por uma sociedade que desvaloriza o trabalhador, fundamentalmente aqueles com idade mais avançada, por ela excluídos. Desta forma, ela ressuscitou o “velho” narrador de Walter Benjamin: foi ao mesmo

tempo ouvinte e narradora, possibilitando, através dessas lembranças a reconstituição do passado. Para Bosi, os livros de história que registram os fatos – por ela também recuperados, só que através da memória de velhos – são também um ponto de vista, uma versão dos acontecimentos, não raro desmentidos por outros livros com outros pontos de vistas.

Por outro lado, não foram desprezadas outras fontes para a realização deste trabalho, na tentativa de submetê-lo a uma operação historiográfica rigorosa. Pesquisei na Hemeroteca da Biblioteca Pública Menezes Pimentel, em Fortaleza, os dois jornais pertencentes aos Diários Associados – o *Correio do Ceará* e *Unitário*, como também o concorrente, o jornal *O Povo*, todos com um discurso em defesa da chegada da TV no Ceará, e a voz muitas vezes dissidente de *O Nordeste*, impresso editado pela Igreja Católica no período compreendido entre 1922 e 1964.

Também utilizei como fonte a única coleção existente em Fortaleza da revista *Folha do Rádio*, graças à gentileza da atriz Neuza Colares que guardava todos os exemplares, editados por ela e o marido, Ciro Colares. Durante a pesquisa, fui entrevistá-la duas vezes, até um dia ser surpreendida com a morte da senhora que guardava um tesouro em casa. A publicação que circulou no Ceará a partir de 1953 e permaneceu no mercado até 1962 contribuiu para fortalecer o culto aos novos ídolos e funcionou como a mais expressiva instância de reconhecimento dos profissionais do rádio e depois os da televisão.

Na elaboração deste trabalho, me foram muito úteis os instrumentos teóricos suscitados pelo pensamento de Michel de Certeau, com seu conceito de fabricação: o consumidor se apropria do cotidiano “com mil maneiras de caça não autorizada”. (Certeau, 1994, p. 38). Neste processo de reconhecimento do receptor, as reflexões do autor me levam a questionar a suposta passividade do telespectador, permitindo uma compreensão mais ampla de como estes interagem com o veículo.

O autor enfoca as “pessoas ordinárias”, no dizer De Certeau, que para ele são dotadas de uma criatividade mesclada de astúcias silenciosas e sutis. Destaca ainda a cultura comum e cotidiana, afirmando que “o enfoque da cultura começa quando o

homem ordinário se torna o narrador, quando define o lugar (comum) do discurso e o espaço (anônimo) do seu desenvolvimento”. (Certeau, 2000, p.63)

De Certeau alerta também para o fato de que os meios de comunicação criam uma relação diferenciada com as pessoas, conforme os contextos sociais, culturais e familiares de que participam e os usos que fazem deles.

Seja como for, o consumidor não poderia ser identificado ou qualificado conforme os produtos jornalísticos ou comerciais que assimila: entre ele (que deles se serve) e esses produtos (indícios da ‘ordem’ que lhe é imposta), existe o distanciamento mais ou menos grande do uso que faz dele (De Certeau, 1994, p. 95).

A reflexão sobre os meios de comunicação de massa percorreu, especialmente na América Latina, um caminho influenciado pelo pessimismo da chamada Escola de Frankfurt. Na perspectiva dos principais pensadores da Escola - Adorno, Horkheimer e Marcuse (1990) – a chamada Indústria Cultural tornava todos “*os ouvintes iguais ao sujeitá-los autoritariamente aos idênticos programas de todas as estações*” (Horkheimer e Adorno apud Costa Lima, 1990, p.161). O papel de um receptor ativo passou a ser reconhecido pelos estudiosos da mídia recentemente, talvez a partir de 1980. Neste processo de reconhecimento, as reflexões de De Certeau são importantes.

Sobre esta visão maniqueísta que se fez presente no pensamento sobre os meios de comunicação, o historiador Roger Chartier diz o seguinte:

A mídia moderna não impõe, como se acreditou apressadamente, um condicionamento homogeneizante, destruidor de uma cultura popular, que seria preciso buscar no mundo que perdemos. A vontade de inculcação de modelos culturais nunca anula o espaço próprio de sua recepção, do seu uso e da sua interpretação. (Chartier, 1995, p. 186)

Sobre o termo Indústria Cultural, me aproprio da perspectiva de Nestor Canclini, quando ele assume o conceito da Escola de Frankfurt, direcionando-se para a lógica técnica da produção dos bens culturais, ao mesmo tempo que faz considerações sobre a limitação do conceito:

A noção de indústrias culturais, útil aos frankfurtianos para produzir estudos tão renovadores quanto apocalípticos, continua servindo quando

queremos nos referir ao fato de que cada vez mais bens culturais não são gerados artesanal ou individualmente, mas através de procedimentos técnicos, máquinas e relações de trabalho equivalentes aos que outros produtos na indústria geral; entretanto este enfoque costuma dizer pouco sobre o que é produzido e o que acontece com os receptores. (Canclini, 2003, p. 263)

No diálogo com o passado, todas essas reflexões teóricas enriqueceram o meu trabalho de pesquisa, ajudando a revelar evidências que contribuíram para entender melhor *Fortaleza nos primeiros anos de TV*. Mais especificamente, procurei saber de que maneira, e em que medida, esse novo cenário afeta o olhar, a vida, a relação do indivíduo com a cidade onde mora.

Capítulos

Dividi este presente trabalho em três capítulos. No primeiro faço uma análise da Fortaleza que se preparou para receber a pioneira TV Ceará, traçando um paralelo com a radiodifusão no período estudado. A *Ceará Rádio Clube*, conhecida carinhosamente na cidade como PRE-9, que em 1944 passou às mãos dos Diários Associados, no rastro da construção do império de Assis Chateaubriand, deu o tom da chamada “era do rádio” cearense e criou um clima de euforia para a chegada da nova mídia. Foi essa emissora que instalou a primeira TV do Estado, transferindo inclusive o modelo de programação e os profissionais para a televisão, como ressaltarei acima.

A partir daí, as reconhecidas vozes passaram a ter rosto. É como se o rádio tivesse ganhado imagens. Em casa, as pessoas viam pela primeira vez seus ídolos como João Ramos, Emiliano Queiroz, Ayla Maria, dentre outros. A qualidade da transmissão não era boa, começava por volta das quatro horas da tarde, com sucessivos cortes de energia, mas era o suficiente para renovar o repertório visual do fortalezense. “Eu achava linda a voz do João Ramos no rádio e ficava imaginando ele na minha cabeça. Quando eu vi na TV, o homem era completamente diferente”, conta dona Tatá.

No segundo capítulo, lanço algumas reflexões sobre a Fortaleza que recebeu a televisão em 1960. Que cidade era essa? A Fortaleza que abria as portas para a nova mídia absorvia as migrações que chegavam dos mais variados pontos do interior, principalmente vítimas da seca de 1958, levadas populacionais que se acomodavam na

periferia da Capital, semeando as futuras favelas. A cidade se consolidou como um pólo de atração sobre as outras localidades do Estado, recebendo um grande número de novos moradores. Nos anos compreendidos entre 1940 e 1950, a população aumentou na ordem de 50%, saltando de 180.185 para 270.169 habitantes. Esse número sofre um acréscimo de 66% no ano de 1960, quando se registra na Capital do Ceará uma população de 514.818 pessoas⁸.

A TV Ceará passou a ser uma referência no imaginário da cidade que ultrapassava a barreira de meio milhão de habitantes. As formas de sociabilidade foram alteradas: muitas cadeiras da calçada migraram para dentro de algumas casas ou deram as costas para a rua. Quem não queria ou podia comprar um televisor ia para a casa do vizinho. Era o “*televizinho*”, termo utilizado por Gilmar de Carvalho (2004). Quando a primeira emissora do Ceará entrou no ar, haviam poucos aparelhos na cidade porque o equipamento era considerado artigo de luxo devido ao preço, popularizando-se em 1964, quando houve aumento na escala de produção. O novo meio também provocou impacto sobre o comércio.

No capítulo três, tento desvendar o cotidiano dos depoentes, a partir da programação veiculada pela TV Ceará, sempre relacionando com a cidade. Qual foi a reação dos moradores de Fortaleza ao assistir clássicos do teatro na TV? O que mudou na rotina doméstica? Também mostro como os jornais da cidade passaram a se comportar com o anúncio da nova mídia. Ela – a televisão – tornou-se a notícia. Em 1961, por exemplo, o *Unitário* publicava todos os domingos a coluna *Cinema e TV*, assinada por Calberto Albuquerque. E assim todos os outros impressos seguiam os mesmo rastros.

Sobre o termo televisão, neste trabalho, me aproximo muito do conceito de Umberto Eco: *um “serviço”, um meio de comunicação pelo qual se pode veicular uma série de gêneros, incluindo o cinema, o teatro, shows, espetáculos, telejornais e comerciais. A TV não é um gênero artístico, um fato artisticamente unitário como o cinema ou o teatro* (Eco, 1993, p.341). Mas vou um pouco além: televisão é também interação com o público. Ela só existe porque existe a audiência. E ela, a TV, junto com

⁸ Dados do 8º. Recenseamento Geral do FIBGE.

outros veículos de comunicação, não são objetos desgarrados da realidade. A televisão existe numa forma concreta, existem pessoas que tiram vantagem dela, que a fazem funcionar de um jeito ou de outro num determinado entrecho histórico, com pessoas na frente da tela ou atrás das câmeras.

Este esclarecimento se faz necessário dada a multiplicidade de significados suscitados pela palavra televisão. Pode significar, por exemplo, um eletrodoméstico que se compra numa loja e que tem determinadas características técnicas; pode significar também a empresa que emprega trabalhadores especializados para produzir tipos diferentes de programas e levar ao ar; ou mesmo significar os próprios programas, muito visível na expressão “vou ver televisão”; ou um negócio, quando se diz “a indústria da televisão”. Ou, como dizem Sérgio Caparelli e Venício A. de Lima: “...a televisão pode até se animizar, quando se diz, por exemplo, que ela fala, ou quando se atribui certas características de sua linguagem ou dos programas que exhibe, quando a televisão opina que a televisão é violenta” (Lima, 2004, p.156). Às vezes, esses conceitos enleiam-se uns com os outros pelo caminho, o que em última análise não significa prejuízo a esse trabalho de dissertação.

Ainda neste último capítulo, utilizo fotos para “incentivar” a memória dos depoentes sobre o conteúdo televisivo. Essas imagens foram encontradas depois de um trabalho intenso de busca do professor Gilmar de Carvalho nos arquivos de familiares dos atores e atrizes e no Sindicato dos Radialistas do Ceará. Estou de posse de mais de 100 imagens, feitas pelo fotógrafo cearense Leocácio Ferreira, falecido em 1975, que, na tentativa de ganhar um dinheiro a mais, registrava espontaneamente as cenas dos programas da TV Ceará, para depois vender aos jornais impressos e demais interessados. Eduardo Campos relembra deste profissional da seguinte maneira:

“Leocácio praticamente se contratou para tirar as fotos dos artistas da TV Ceará. A própria emissora comprava muitas fotos dele, inclusive para publicar nos jornais com a programação do dia. Como nós achávamos que não íamos desaparecer enquanto empresa, não cultivávamos a questão da memória”. (Eduardo Campos, em entrevista à autora).

Em síntese, pretendo saber como a chegada da TV em Fortaleza mudou a vida dos indivíduos, da cidade em sua relação com o novo veículo, dentro da lógica histórica.

Estudar a comunicação e a sua história é, sobretudo, visualizar um processo onde está sempre em foco um sujeito histórico e social que produz significados no seu cotidiano. Com esse trabalho, espero contribuir para uma melhor compreensão de Fortaleza, considerando a importância dos meios de comunicação no processo de constituição das sociedades modernas.

O “desfecho” da história da pioneira TV Ceará foi, no mínimo, melancólico. A caminhada para o fim dos Diários Associados começou no leito de morte de Assis Chateaubriand, em abril de 1968. Do império erguido por ele com a ajuda do povo, que reunia 34 jornais, 36 estações de rádio e 18 emissoras de televisão, uma agência de notícias, várias revistas, dentre elas a conhecida *O Cruzeiro*, restam hoje 12 jornais, 13 emissoras de rádio e seis emissoras de televisão. A TV Ceará foi fechada pelos militares em 1980 e até hoje tramita na Justiça um pedido de indenização por esse ato. Os fortalezenses que compraram ações não tiveram retorno financeiro.

Enfim, procurei trabalhar, no trajeto desta dissertação, articulando a reflexão teórica com o trabalho empírico, num diálogo permanente entre as duas perspectivas, com a finalidade de desenvolver um pensamento que me poupasse das análises generalizantes. Mas posso dizer que dessa viagem não saí a mesma. Se entrei com várias indagações, terminei com elas multiplicadas, uma vez que as interpretações dessa lógica entre produção e recepção em TV evocam muitas possibilidades de olhares, de compreensão. Espero ter contribuído para suprir esta lacuna historiográfica sobre a televisão no Ceará e despertar o interesse por novos trabalhos neste campo de pesquisa.

Tenho convicção de que essa perspectiva na qual trabalhei é apenas uma porta de entrada para o conhecimento do objeto ora analisado. Como dizem Sérgio Capparelli e Venício A. de Lima, o estudo da televisão é sempre complexo, uma vez que diversos fatores intervêm no seu funcionamento e que não é aconselhável tentar explicar tudo a partir de um viés, como se ele fosse o único capaz de desenlear a trama complexa da realidade com suas determinações múltiplas.

‘A perspectiva que abordamos não pode, portanto, ser tomada como única, que tudo determina ou explica, pois como diria Mosco, há outros que enriquecem o conhecimento sobre a televisão. Isso porque sabemos, conforme esse autor, que a televisão tem determinações múltiplas e que

as próprias teorias e definições de sociedade também são sobredeterminadas ou têm determinações múltiplas. (Lima, idem, ibidem, p. 61).

Procuro, portanto, analisar a televisão dentro de uma perspectiva mais cultural, a partir das narrativas dos entrevistados, suas memórias, sem me deter em questões políticas. Mas sei que um veículo complexo como este, exige mais que um fio explicativo pelo fato de estar na confluência de tensões entre o mercado, o econômico, o político, o cultural, a memória coletiva e a individual. Sendo assim, fica a sugestão para outros olhares.

Capítulo I

Os preparativos para a chegada da TV

Lá se vinha um homem esguio, cabeça branca, camisa passada por dentro da calça, passo firme e um toque de elegância que se completava com a pose do cigarro, muito comum quando os artistas do rádio nas décadas de 40 e 50 iam posar para fotos de jornais e revistas. Do portão da casa situada na Rua Coronel Alves Teixeira, na Aldeota, dava para ouvir a voz potente, impostada, cantarolando com muito vigor: “...vem cá, que eu já vou me embora. Adeus Paulina, que eu já vou me embora. Levo pena e deixo pena nas asas da ciricória...” Aos 80 anos de idade, o ex-cantor e ex-produtor Guilherme Neto se preparou para a entrevista com a autora deste trabalho como se fosse ao encontro dos tempos áureos em que cantava nos auditórios do rádio, mesma época em que foi convidado a fazer parte da equipe que iria trabalhar na primeira estação de televisão de Fortaleza: a TV Ceará, canal 2. Personagem e testemunha de um marco das comunicações no Estado, ele diz que o ponto de partida desta História foi 1958, ou seja, as bases para o surgimento da primeira emissora de televisão no Ceará apareceram dois anos antes de sua efetivação. “Eu só tinha visto aparelho de televisão no Recife, muito rapidamente”.

Justamente em 1958, uma das emissoras de rádio de maior prestígio no Estado – a Ceará Rádio Clube, do grupo *Diários Associados*, o mesmo que instalaria a estação de TV, anunciava que estava para chegar a televisão ou o “cinema em domicílio”. Naquele ano, o Brasil vivia dias eufóricos porque ganhara a Copa do Mundo na Suécia, Maria Ester Bueno venceu Wimbledon e os carros DKW, Rural Willys, fusca, Dauphine, JK e AeroWillys passeavam pelas ruas das cidades brasileiras e enchiam o universo de aspiração de consumo da classe média. Em contrapartida, o crescimento da inflação e da dívida externa fazia aumentarem as pressões contrárias à política de José Maria Alkmim, então ministro da Fazenda, considerado prejudicial ao Fundo Monetário Internacional. O Presidente JK se defendia da crise dizendo que era “própria do crescimento”, e procurava abrir novos mercados no exterior, declarando-se publicamente favorável ao reatamento das relações comerciais com a União Soviética, fato que foi aplaudido pela esquerda brasileira.

Os acontecimentos sinalizavam um clima de otimismo e mudanças no ar. Sobre o ano de 1958, o jornalista carioca Joaquim Ferreira dos Santos, depois de ouvir dezenas de personagens da época, faz o seguinte comentário:

Foi 58 que resumiu toda a felicidade de ser brasileiro no fim dos anos cinquenta, vivendo sem militares no cangote e só se assustando, no máximo, com os óculos escuros do Ronaldo de Souza Castro, o assassino de Aída Curi (Santos, 1997, p.16).

Intensificaram-se os movimentos em prol da criação cultural no Brasil, que já sinalizava o seu surgimento em 1953, com a criação do Teatro de Arena por alunos da Escola de Arte Dramática de São Paulo. Os problemas do País subiram ao palco, com a inclusão de temáticas sociais na pauta do teatro, iniciando um debate caloroso na década seguinte: o teatro como arma política, tendo como principal personagem Augusto Boal. Ainda em 1958, José Celso Martinez Correa lança o grupo *Oficina*, que se tornou uma grande referência do novo teatro no País.

Também neste ano, por conta das constantes secas, o Governo Federal incumbiu a um grupo de técnicos a tarefa de estudar medidas para solucionar os problemas do Nordeste, que a esta altura haviam se tornado dilema nacional. Ao final do trabalho, os pesquisadores elaboraram um documento propondo mudanças na agricultura, entre elas a diminuição da monocultura açucareira, o aumento da produção de alimentos e a criação de novas fronteiras agrícolas, mas sem se referir à reforma agrária. Como consequência, no ano seguinte foi aprovada no Congresso Nacional a lei de criação da Sudene.

O Nordeste, curral de políticos conservadores, fervia. Tornava-se urgente recuperar o controle da região e para tanto não bastava reprimir os camponeses. Seriam necessárias medidas coerentes com a ideologia desenvolvimentista do governo central que permitissem superar a miséria sem transformar a ordem estabelecida (Rodrigues, 2003, p. 71).

Os cearenses, quase todos “meteorologistas” por natureza, acompanhavam a expectativa de possível “inverno” pelas notícias dos jornais, com muita esperança. Textos davam conta de que profetas da chuva estavam otimistas, como ressaltava o articulista Ademar Távora. “Tudo parece estar indicando que os horrores de uma seca não iremos sentir neste ano da graça de 1958”.(Jornal O Povo, 04/01/1958, p.3). Infelizmente, as profecias não se concretizaram e o Estado vive uma das piores estiagens de sua história, como veremos com mais detalhes no capítulo dois.

O rádio, que havia chegado ao Brasil em 1923 pelas mãos de Edgar Roquette Pinto, “acompanhava” os acontecimentos e se fazia ouvir pelos quatro cantos, fato que também se repetia em Fortaleza. Segundo o Anuário Estatístico do Brasil, de 92.128 domicílios pesquisados, um total de 37.318 domicílios da Capital tinha rádios-receptores, que poderiam sintonizar em uma das cinco emissoras de Fortaleza: Ceará Rádio Clube (1934), Rádio Iracema (1948), Verdes Mares e Uirapuru (1956) e Dragão do Mar (1958). O consumo de jornais também era considerável, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o IBGE, que apontam tiragem dos jornais matutinos em torno de 15 mil exemplares, enquanto os vespertinos chegavam a 25 mil, o que comprova a presença das mídias no cotidiano da população.

A programação das emissoras de rádio, especialmente os programas de auditório, estava definitivamente incluída no cotidiano da cidade. A intimidade dos lares contava com a presença dos locutores, que traziam para os ouvintes a diversão, as notícias e as últimas novidades de consumo. As conversas das calçadas já contavam com a concorrência das aventuras e dos amores das mocinhas e dos galãs do rádio. (Jaguaribe, 2005, p.41)

Com toda essa força, as estações de rádio eram usadas tanto para ações políticas, aliás, uma tendência nacional, como também para divertir, informar, fazer campanhas de solidariedade etc. Entre as emissoras de grande audiência nesta época em Fortaleza, estava a já citada Ceará Rádio Clube, que foi fortemente utilizada para a campanha de chegada da televisão a Capital no final dos anos 50. A empresa pioneira na radiodifusão do Estado, fundada por João Dummar, havia sido comprada em janeiro de 1944 pelos *Diários Associados*, à época se firmando como o grande império dos meios de comunicação de massa no Brasil. A negociação virou notícia nas edições do *Correio do Ceará* e do *Unitário*, os dois jornais também pertencentes ao grupo *Diários Associados*, comandado por Assis Chateaubriand, que tinha interesses evidentes em monopolizar a produção da informação no Brasil.

Quais os instrumentos de pressão que teriam sido utilizados por Chateaubriand para convencer João Dummar a negociar a emissora pioneira de Fortaleza? As memórias afetivas de Dummar Filho, revelam alguns desses meios de pressão:

Na época em que Chateaubriand exercia pressão querendo comprar a PRE-9, circulou um boato em Fortaleza de que o piscar das luzes

fluorescentes que ornamentavam o estúdio da emissora no último andar do edifício Diogo emitia sinais para os submarinos alemães. Para alimentar tal maledicência, apontavam ainda o solavox, instrumento eletrônico que acoplado ao piano emitia sons de órgão, insinuando que o mesmo emitia ondas de rádio. E reforçando a distorção dos fatos passaram a acusar o maestro italiano Ercole Varreto, que tinha sido contratado há mais de um ano para a orquestra da PRE-9, como suspeito de envolvimento nestes acontecimentos. Injustamente, o maestro teve que ser afastado de suas funções por pressões políticas e da opinião pública. Diante disto, João Dummar procurou Demócrito Rocha que, na qualidade de jornalista contrário ao nazi-fascismo, interveio junto ao embaixador dos EUA, Walter W. Hoffmann, e a maledicência foi totalmente desmoralizada. Por coincidência ou não, este fato potencializou a viabilização da compra da Ceará Rádio Clube por parte de Assis Chateaubriand. Aliás, ele era conhecido por usar tais expedientes para atingir suas metas no sentido de fortalecer seu império de comunicação tanto que, valendo-se do fato de os irmãos Carlos e Francisco Lamas serem chilenos, apossou-se da Rádio Clube de Natal que a eles pertenciam e que atualmente é conhecida como a Rádio Poty, no Rio Grande do Norte. Esta era uma das formas que ele usava para se apossar de rádios e jornais a preços simbólicos e a suaves prestações mensais, usando o temor como arma para fazer sua organização crescer a qualquer custo, ele que era temido até pelo presidente da República, Getúlio Vargas.

A pressão de Chateaubriand continuou e, em 11 de janeiro de 1944, João Dummar finalmente capitulou. A PRE-9 passou a fazer parte dos Diários Associados. Antes, porém, ele fez circular durante uma semana o cheque de Chateaubriand, pela Praça do Ferreira, centro formador da opinião pública de então, através de Antônio Figueiredo, o folclórico Figueiredão, que era muito amigo da família Dummar. E o fez para demonstrar sua contrariedade, pois aquele cheque nada valia para ele, diante dos anos de luta e de trabalho que realizara pela consolidação da PRE-9. (Dummar Filho, 2004, p.p 72-73).

Embora essa discussão sobre a negociação da Ceará Rádio Clube, possibilite outros olhares e polêmicas⁹, que não são objetos desta pesquisa, o certo é que logo após a passagem da emissora para as mãos dos *Diários Associados*, as artimanhas políticas de Chatô começam a aparecer. Na edição de 13 de janeiro de 1944, dois dias após a compra, o *Correio do Ceará* convocava a população para um grande acontecimento naquela noite, com um discurso do interventor Menezes Pimentel.

Hoje, às 19 horas, a palavra do chefe do governo cearense. Atendendo a um convite que lhe formulamos, ocupará, hoje, às 19 horas, o microfone da PRE-9, emissora dos Diários Associados, o interventor Menezes Pimentel, chefe do executivo do Estado. O ilustre homem público falará a propósito da incorporação da possante emissora ao nosso consórcio

⁹ Para saber mais sobre o tema, ler *A voz do Ceará: comunicação e educação na trajetória da Ceará Rádio Clube de 1934 a 1948*, tese de doutorado defendida por Edgard Patrício na Faculdade de Educação da Universidade Federal do Ceará.

jornalístico e radiofônico, dizendo o que isso representa para o desenvolvimento cultural e o progresso econômico do Ceará. A palavra do chefe do Estado está sendo aguardada com vivo interesse pelo povo cearense e, particularmente, pelos que mourejam em todos os vigões que integram a maior cadeia publicitária da América Latina.

Embora não possamos afirmar que tivemos no Estado do Ceará a construção e a evolução de uma esfera pública burguesa nos moldes descritos por Habermas para a maioria das sociedades européias, em razão da natureza distinta do processo histórico, notamos claramente o uso do termo “publicitária” para demarcar justamente o princípio “publicitário-propaganda” que torna a opinião pública objeto de manipulação tanto dos meios de comunicação de massa quanto da dominação política. É como se a legitimação dessa dominação política passasse pelo crivo dos meios de comunicação, ao mesmo tempo em que, sendo estes já expressão de uma esfera pública não crítica, porém descritiva e manipulativa, manifestam interesses privatizados, quer sejam deles próprios, quer sejam de outros grupos empresariais.

Me parece que Assis Chateaubriand compreendia muito bem essa interpenetração e complementaridade de interesses que estavam em jogo, ainda mais num regime autoritário sempre carente de legitimação e adesão das massas. Habermas (1984: p.287) chama estas opiniões de “institucionalmente autorizadas”.

“...naturalmente existe, entre ambos os setores, uma conexão efetuada sempre através dos meios de comunicação de massa, e isso por meio daquela publicidade desenvolvida de modo demonstrativo e manipulativo, cujo apoio é procurado pelos grupos que participam no exercício do poder político e no equilíbrio entre os poderes junto ao público mediatizado a fim de conseguir uma disponibilidade plebiscitária da adesão”

Portanto, a presença do interventor Menezes Pimentel na Ceará Rádio Clube, naquele momento, atendia a função de legitimação dos meios de comunicação de massa como espaço de expressão da opinião “pública”. Do mesmo modo, a dominação política atingia ao público das pessoas privadas não-organizadas, ou seja, as massas, em busca de seu edulcoramento.

A partir do dia 17 de janeiro do mesmo ano, a programação da PRE-9 foi alterada, sempre com ampla divulgação nos jornais do grupo. Nota-se que, já nesta época, numa demonstração de coesão interna, os *Diários Associados* tinham como estratégia utilizar um veículo para divulgar o outro, suporte do marketing que aumenta a interação dos meios de comunicação com leitores e ouvintes, levando ao público, com frequência, informações sobre as novidades tecnológicas. Tal afirmação é comprovada com a criação, neste mesmo ano, da coluna “*Rádio*” no *Correio do Ceará*, com notas sobre os bastidores dos artistas do rádio não só do Ceará, mas também do Brasil.

No fim da década de 40, a Ceará Rádio Clube tinha já intensa participação no cotidiano da cidade, mobilizando, denunciando, integrando-se na rotina diária do fortalezense. Nesta fase, a emissora lança um espaço que pode ser entendido dentro do conceito de Barbero para a imprensa popular – “instância de exercício da cidadania das massas urbanas” (Barbero, 2001, p. 25). Quando identificava conflitos sociais, como na seca de 1958, a emissora tratava de “acionar” a população para cobrar os seus direitos. As palavras oficiais confirmam este papel desempenhado pelo veículo:

Vale ressaltar que desde cedo os que dirigiam a Ceará Rádio Clube perceberam a importância do rádio no trato dos problemas sociais, preocupação que se tornou um dos objetivos da empresa, na conquista de sua audiência e notoriedade. Seu primeiro movimento filantrópico foi a campanha em favor dos hansenianos, a atender o apelo do humanitário médico Antônio Justa, que sugeriu o Natal dos Lázarus, promoção que a emissora liderou por 38 anos – afirma Eduardo Campos. (Lopes, 1994, p.142)

Novas campanhas surgiram e até serviram de modelo para as demais emissoras, como as mobilizações para ajudar com donativos e dinheiro a Santa Casa de Misericórdia e o Hospital de Psiquiatria São Vicente de Paula. O primeiro caso, por exemplo, tornou-se emblemático porque a Ceará Rádio Clube arrecadou em duas semanas mais de um milhão de cruzeiros, superando a meta estabelecida.

O mais importante é que as contribuições foram, na sua totalidade, inteiramente populares. Poucas foram as contribuições vultosas, dadas por uma só pessoa ou instituição. Foi o povo que se apressou em tirar o dinheiro do pé de meia. Até dos leprosos de Maracanaú recebeu a Santa Casa de Misericórdia sua contribuição. Os gazeteiros vinham dar os níqueis ganhos na penosa labuta. Fortaleza deu um comovente exemplo de solidariedade humana... (Revista Publicidade e Negócio, Maio 1949, p 40).

Outra ação que demonstra o poder de mobilização da Ceará Rádio Clube foi nas eleições de 1950, quando o radialista Paulo Cabral foi eleito Prefeito de Fortaleza, aos 28 anos de idade, graças ao sucesso dos microfones da emissora. Identificado pelos companheiros da época como “o mais brilhante orador do rádio cearense”, pode-se dizer que ele inaugurou no Estado uma prática que se popularizaria décadas depois: os radialistas prestadores de serviços transformados em políticos, um fenômeno nacional que predomina até hoje. A vitória dele é atribuída ao envolvimento com essas grandes campanhas sociais encabeçadas pela PRE-9 em sua programação diária, uma espécie de “herói” popular, que cuidaria dos interesses do povo.

Ainda na arena da política, em 1958, a Ceará Rádio Clube destina suas garras ao apoio à candidatura de Virgílio Távora, da UDN, ao Governo do Estado. O envolvimento da emissora pode ser identificado em um dos programas do apresentador Augusto Borges que lançou concurso de palpites sobre a vitória do candidato da Coligação Democrática, premiando com Cr\$ 50.000,00 ao fortalezense que enviasse correspondências com o número de votos de vantagem que Virgílio teria sobre Parsifal Barroso, sugerindo antecipadamente uma vitória de Virgílio. No entanto, o resultado das urnas deu como vencedor o candidato da coligação PSD-PTB, Parsifal Barroso, apoiado numa campanha declarada da rádio Dragão do Mar, a mais nova concorrente da PRE-9. Inaugura-se assim o que Thompson denomina de “arena mediada da política moderna”, o novo espaço conformado pela mídia eletrônica para onde a disputa política foi transferida.

A arena mediada da política possibilita aos líderes políticos uma exposição pública diante de seus reais ou potenciais eleitores, numa escala e intensidade que nunca existiram antes (...)Esta nova esfera está aberta e acessível de uma forma que as assembléias tradicionais e as cortes nunca conheceram. (Thompson, 1992, p.126)

Como “homem” de rádio, Guilherme Neto acompanhou boa parte desses acontecimentos pelas ondas hertesianas e diz que foi um tempo que deixou saudade, sentimento que compartilha com Narcélio Limaverde, em suas crônicas:

Hoje, tantos anos depois, fico pensando no poder que tinham nesta cidade os Associados (Ceará Rádio Clube, Correio do Ceará e Unitário, e,

posteriormente, a TV-Ceará). A dificuldade que todos encontravam para poder ostentar o título de funcionário da poderosa empresa. A força que desempenhava na cidade a opinião da Crônica do Ceará, dois programas de críticas, como o Bate-papo na praça...Recordo do orgulho como a gente dizia que era funcionário da Ceará Rádio Clube, que significava porta aberta em qualquer lugar da cidade e, em certos casos, cadastro bancário, facilidade para comprar em qualquer loja da cidade. E se lembro tudo isso, vocês já imaginaram o porquê... (Limaverde, s/d, p.171)

O porque está no fato do “status” da emissora se transferir para seus funcionários, dando uma condição de privilégio diferenciada aos radialistas. Com o crachá da empresa, me parece que a projeção era imediata, uma vez que o rádio tinha grande inserção na vida de Fortaleza, reorganizando hábitos e costumes. Os profissionais ganhavam o reconhecimento da cidade, que lhes conferia prestígio, através de deferências especiais. A relação entre ouvinte e emissora não ficava restrita ao microfone, proporcionando também encontros ao vivo com os produtores.

Com essa trajetória, podemos dizer que o rádio já havia se consolidado com credibilidade entre os ouvintes, se inserindo na intimidade do cotidiano da cidade. Entre os programas de grande audiência da Ceará Rádio Clube, destacava-se o *Bazar da Música*, que ia ao ar sempre aos domingos, liderado pelo escritor Eduardo Campos, um dos mais produtivos criadores de conteúdos para o rádio. Para ouvi-lo, os jovens se reuniam em casa como se estivessem numa festa dançante, que era comunicada previamente com convites para os participantes. O programa era composto, inclusive a escolha das músicas, através de cartas que eram enviadas durante a semana. É interessante perceber que havia uma apropriação do conteúdo do rádio, numa operação que De Certeau chama de “poética”.

As radionovelas se constituíam na expressão maior deste veículo de comunicação, com audiências ainda mais elevadas que os outros programas, transformando-se no principal programa de lazer da população, em particular para as donas de casa. A receita do sucesso estava em alguns elementos que caracterizam a cultura de massa: a mistura dos “elementos da paixão, da morte e do destino, na vida do leitor-ouvinte, que domina as extremas virulências de suas paixões, proíbe seus instintos e se abriga contra os perigos”. (Morin, 1975, p.86)

Neste universo de “magia”, cito também os concorridos programas de auditório da Ceará Rádio Clube, disputados como outra opção de lazer na cidade. A possibilidade de encontrar ao vivo, cara a cara, com um dos ídolos completava o círculo de sensações, “que se iniciava com a radiodifusão, percorria as páginas dos impressos e chegava ao seu clímax nas apresentações ao vivo dos artistas” (Jaguaribe, op. cit, p.27). O jornalista Blanchard Girão, em “Só as Armas Calaram a Dragão”, descreve o cenário:

A PRE-9 possuía um magnífico palco-auditório para 400 pessoas confortavelmente sentadas. Ali, durante os anos em que militei, pude ver ao vivo alguns dos nomes mais famosos do mundo artístico, como Carmen Cavalaro, Gregório Barrios, Alfonso Ortiz Tirado, Cuquita Carbalho, Ernesto Bonino. Ana Maria Gonzalez e os brasileiros mais aplaudidos, a exemplo de Sílvio Caldas, Isaurinha Garcia, Nelson Gonçalves, Orlando Silva, Carlos Galhardo, Ataulfo Alves e suas Pastoras, enfim, o que havia de melhor no rádio brasileiro. (Girão, 2005, p.77)

Neste trecho da fala de Girão, me chama a atenção o uso da palavra “militei”, o que me leva a pensar a atuação na rádio como se fosse a dedicação a uma causa. Talvez, pela presença do veículo de comunicação nos processos eleitorais, bem como na articulação de alguns dos mais importantes processos vivenciados em Fortaleza no período, como pode ser visto em outros momentos deste trabalho.

Os momentos áureos da PRE-9 também fazem parte do repertório memorial de Guilherme Neto, que na tarde da entrevista, entre um cigarro e outro, saiu com o seguinte relato:

A Ceará Rádio Clube era a estes tempos a maior e mais importante emissora de rádio do estado do Ceará, quiçá a segunda ou a terceira do Norte. Era muito importante. Pra você ter uma idéia, nós trabalhávamos com uma orquestra com uma porção de figuras, quer dizer, uma orquestra que tinha saxofone, tinha três trompetes, tinha dois bichões grandes, tinha violoncelo, tinha três violinos, tinha piano. O maestro era Mozart Ageu de Souza Brandão e o pianista era Luiz Assunção.¹⁰

Eduardo Campos, até hoje dirigente da Ceará Rádio Clube, também relata a importância da emissora:

...quando eu entrei em rádio, em 1944...eu encontrei a Ceará Rádio Clube com 160 funcionários. Só músicos, tinham ao redor de 160 músicos

¹⁰ Entrevista cedida à autora no dia 10 de janeiro de 2006

tocando na empresa. Tinha orquestra de jazz, tinha orquestra de concerto, tinha pequena orquestra, tinha o regional, que é esse acompanhamento de pau e corda, violão e baixista...Hoje, nós estamos resumidos a 15 funcionários. Então, eu digo que fui piloto de boeing e hoje sou piloto de teco-teco. Quer dizer, é esse desmatamento, esse recesso, essa queda. Foi o empobrecimento com a falta de anúncio, a falta de vigor, de ligação publicitária do dinheiro com o rádio.¹¹

Evidente que não podemos deixar de levar em consideração que os testemunhos trabalhados foram feitos “hoje”, portanto, estão carregados de subjetividade. É tanto que o passado, quase sempre, é descrito pelos pioneiros da radiodifusão com termos românticos, sem tantos conflitos nas narrativas. No caso específico de Eduardo, a fala vai estabelecer uma comparação entre o tempo áureo do rádio e os dias atuais, quando a “magia” do referido veículo passa por um momento de enfraquecimento. Com a migração da verba publicitária para a televisão, muitas emissoras sobrevivem precariamente no Estado, entre elas a Ceará Rádio Clube. Nos dois relatos, o sentimento recorrente, pontuado pelas palavras dos depoentes, é de uma programação sofisticada, sem carências.

Lembrar é refazer, reconstruir, repensar com imagens e idéias o passado. Podemos dizer que a lembrança é uma imagem construída pelos materiais que estão, agora, à nossa disposição, no conjunto de representações que povoam a nossa consciência atual. Como enfatiza Ecléa Bosi, “por mais nítida que nos pareça, a lembrança é um fato antigo, ela não é a mesma imagem que experimentamos na infância, porque nós não somos os mesmos de então e porque nossa percepção alterou-se e, com ela, nossas idéias, nossos juízos de realidade de valor”. (Bosi, 1987: p.17).

Ações para o povo

Como podemos constatar, então, a sintonia entre o rádio e os dois jornais deu resultados satisfatórios para os negócios do grupo, o que estimulou os *Diários Associados* a utilizar do mesmo modelo de articulação simultânea dos veículos de comunicação para instalar a primeira emissora de televisão do Ceará. Desta vez, além dos impressos, ele tinha como força mobilizadora a poderosa Ceará Rádio Clube, já consagrada como veículo de massa, com alcance superior aos periódicos, e grande

¹¹ Entrevista cedida à autora no dia 22 de dezembro de 2005

aceitação em Fortaleza. Face a esse domínio sobre a propriedade de três veículos de comunicação no Estado, estava aberto o caminho para o processo de instalação do mais poderoso instrumento da mídia mundial: a televisão que, como pioneira, tinha a vantagem de ausência de concorrência.

A ofensiva tinha que ser mais eficiente porque os *Diários Associados* precisavam do dinheiro da população para concretizar o que seria o próximo empreendimento no Ceará. Inimá Simões mostra que, bem antes do lançamento das estratégias locais, ainda em 1950, após a inauguração da TV Tupi em São Paulo, o grupo já procurava motivar setores diferenciados da população, com um anúncio veiculado no intervalo comercial da emissora:

Televisão, uma nova modalidade do rádio, apenas entrou em seu período de desenvolvimento. Por isso, agora é o tempo indicado para que adquira conhecimento de uma carreira brilhante e próspera, numa indústria que não tem semelhante no que diz respeito ao seu rápido desenvolvimento. Talvez não volte a se apresentar em sua vida uma oportunidade semelhante. Se a televisão não chegou ainda ao lugar onde reside, pode ter certeza de que aí chegará mais rapidamente do que supõe. Pense e obre agora mesmo. (Simões e outros, 1986, p. 22)

Um outro anúncio dizia o seguinte:

Você quer ou não quer a televisão: para tornar a televisão uma realidade no Brasil, um consórcio rádio-jornalístico investiu milhões de cruzeiros! Agora é a sua vez – qual será a sua contribuição para sustentar tão grandioso empreendimento? Do seu apoio dependerá o progresso, em nossa terra, dessa maravilha da ciência eletrônica...Bater palmas e aclamar admiravelmente é louvável, mas não basta – seu apoio só será efetivo quando você adquirir um televisor! Retrata o mundo em seu lar! (Idem, ibidem, p. 23)

No primeiro caso, tratava-se da divulgação de um curso por correspondência, que trabalha com a expectativa de melhoria de vida, no sentido de acompanhar o provável sucesso da televisão. Precavidamente, o comercial aproveitava para alertar que, se a TV ainda não chegou até o lugar onde reside quem escuta, era apenas por uma questão de tempo. Já o segundo anúncio, voltava-se diretamente para o comprador de aparelho, convidando-o a participar mais ativamente da saga dos *Associados*, do empreendimento modernizador que poderia levar o País rumo ao futuro. Como? A resposta era bem evidente: comprando.

A grande campanha publicitária específica para a instalação da televisão no Ceará foi lançada no dia 12 de maio de 1959, convocando da mesma forma a população para contribuir com a chegada da TV na Capital. Além da divulgação na Ceará Rádio Clube, o anúncio foi publicado no *Unitário*, com o seguinte título: *10 razões que garantem a instalação da TV Ceará*. A seguir, a íntegra da publicação expondo o alinhamento de motivos para a aquisição das ações por parte dos moradores:

- “1. Registro geral de integridade cambial, conforme certificado número. 354, expedido pelo Conselho de Superintendência de Moeda de Crédito;
2. Equipamento adquirido à Rádio Corporation of América, para embarque em julho;
3. Aquisição do terreno para a edificação dos estúdios da TV Ceará, à rua Antônio Sales (Aldeota);
4. Confecção do projeto de instalação dos estúdios confiado ao Estudo Técnico da Arquitetura;
5. Registro de todos os documentos exigidos para a instalação de uma estação de televisão, inclusive aumento de capital perante a lei;
6. Lançamento da Pedra Fundamental das obras da TV Ceará, dia 23 deste mês;
7. Vendas de ações da TV Ceará ao público;
8. Um empreendimento sob os auspícios dos Diários Associados;
9. Prolongamento dos bons serviços prestados ao povo cearense pela experiência da Ceará Rádio Clube, empresa proprietária da TV Ceará;

10. A colaboração preciosa do povo cearense, inteligente, realizador, que mais uma vez ajuda no crescimento artístico e cultural do Estado.

Se você colaborou, adquirindo ações, a TV Ceará estará funcionando em 1960! Lembre-se: basta você querer e ajudar o Ceará a possuir a estação de televisão. Ações preferenciais: 1.000,00 cruzeiros, cada, rendendo juros de 8% ao ano. Informações na Ceará Rádio Clube – Caixa Postal 222 – Telefone 1.52.33”.

Baseados nesse discurso, com ênfase na legalidade dos documentos exigidos por lei e na associação direta da futura televisão à Ceará Rádio Clube, os *Diários Associados* fizeram com que a TV chegasse de forma auspiciosa. A estratégia comercial foi bem planejada e criava todo um clímax favorável à venda de ações. Outras matérias publicadas nos jornais dos *Associados* ressaltavam Fortaleza como uma cidade ideal para receber o veículo eletrônico porque se tratava de um local plano, alto. As ações, vendidas a Cr\$ 1.000,00 conforme o anúncio, poderiam ser pagas em dez prestações, com o valor mensal de Cr\$ 100,00. O resultado foi um sucesso: 22 mil ações vendidas, segundo o livro de registros nominativos guardados até hoje na sede da Ceará Rádio Clube. Eduardo Campos diz o seguinte sobre a campanha: “*Fizeram uma campanha muito boa mesmo para a chegada da TV em Fortaleza e tudo foi referendado pela Anatel*¹². A população aceitou e a compra de ações teve uma participação imensa da sociedade”. (Eduardo Campos, entrevista, 2005)

Os anúncios voltavam a insistir, num tom mais provocativo: “por que você ficaria de fora? Já é tempo de se inscrever como acionista da nossa TV Ceará.” E ainda estabelecia um prazo máximo para a população participar: 18 de dezembro de 1959. Os *Associados* se respaldavam na lei e solicitavam aos interessados certidões de nascimento ou de casamento para comprovar a cidadania, uma vez que somente brasileiros poderiam ser acionistas de emissoras de rádio e televisão. Nesta época, provas concretas da instalação da primeira televisão começavam a dar sinais. Transportada de Nova Iorque, nos Estados Unidos, chegava ao porto do Recife, em

¹² A Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações foi criada no Governo Fernando Henrique Cardoso, portanto bem depois da inauguração da TV no Brasil e no Ceará.

Pernambuco, a primeira remessa de equipamento, como um caminhão para gravação de cenas externas.

Os compradores dos títulos iam se expandindo por todo o Ceará, pelo Brasil e até do exterior, tanto pessoas físicas como jurídicas. A Câmara Municipal de Maranguape aprovou voto de louvor e, logo depois, entrou para o livro de compra de ações, assim como também Caucaia. Foi prometido até a apresentação de um quadro de honra para o dia 23, com o nome de todos que subscreveram ações, dado o sucesso fulminante, para utilizar o termo jornalístico da época.

Estão na lista o empresário Edson Queiroz, que comprou 1.000 ações; o geógrafo Caio Lássio Botelho, com 336 ações, e pessoas de Juazeiro do Norte e dos Estados Unidos. A família de dona “Tatá”, moradora do Mucuripe, cujo pai era jangadeiro, também se aventurou na compra de ações, que por sinal ela diz que guarda as cópias dos títulos em casa, na esperança de receber o que na época se imaginava ser um investimento.

Eu ouvia a propaganda na PRE-9, porque na minha casa se escutava muito rádio...Então, eu e meu pai compramos muitas ações nesta época, porque eu achava que ia crescer a televisão, ia aumentar a população, ia ser tudo no Estado do Ceará. Por essa época, eu fui campeã de natação e a PRE-9 acompanhava tudo...A PRE-9 era muito comentada, fazia muita propaganda...(Otacília Verçosa, entrevista, 2005)

Pelo depoimento, percebe-se a presença da emissora no cotidiano da família. Nos eventos da cidade, desde festas às tragédias, lá estava a Ceará Rádio Clube, mobilizando, integrando-se na rotina diária dos ouvintes, a exemplo da competição de natação citada por “dona” Tatá. Ao falar sobre este fato na entrevista, ela deixa transparecer o orgulho de ter virado notícia na emissora, pelo fato de ser mulher e nadadora. Neste ponto de seu depoimento, a depoente revela que era essa interação que dava votos de confiança à emissora.

Como o poder de mobilização dos veículos de comunicação dos *Diários Associados*, principalmente o da Ceará Rádio Clube, já havia sido testado em outros momentos na cidade, como vimos, não foi propriamente uma surpresa a utilização deles para a chegada da televisão. Sobre o uso do rádio, particularmente, se faz necessário

esclarecer que, como indica a professora Márcia Vidal Nunes (2000)¹³, é o meio mais instantâneo, simultâneo e rápido, tornando-se o mais adequado à transmissão de fatos, transformando-se assim num veículo com uma enorme capacidade de transmitir mensagens e informações. Além disso, como ressalta a referida autora, é extraordinária a capacidade do rádio de ser entendido por um público muito diversificado, por não exigir um conhecimento especializado para decodificação e a recepção nas condições mais diversas.

Como relata “dona” Tatá, o ouvinte pode se deixar levar por vozes que lhe remetem a informações e situações, fazendo com que a percepção e o imaginário criados por cada um, seja uma experiência única e participativa, uma forma de leitura, como explica De Certeau.

Com efeito, ler é peregrinar por um sistema imposto (o do texto, análogo à ordem construída de uma cidade ou de um supermercado). Análises recentes mostram que ‘toda leitura modifica o objeto’, que (já dizia Borges) ‘uma literatura difere de outra menos pelo texto que pela maneira como é lida’, e que enfim um sistema de signos verbais ou icônicos é uma reserva de formas que esperam do leitor o seu sentido. Se portanto ‘o livro é um efeito (uma construção) do leitor’. Este não toma nem o lugar do autor nem um lugar de autor. Invento nos textos outra coisa que não aquilo que era a ‘intenção’ deles. Destaca-se de sua origem (perdida ou acessória). Combina os seus *fragmentos e cria algo não-sabido no espaço organizado por sua capacidade de permitir uma pluralidade indefinida de significações*¹⁴ (De Certeau, 1994, pp. 264-265).

Neste sentido, percebe-se que a relação entre ouvinte e programa acontece com dinamismo, compartilhada, resultando no final num produto de construção coletiva, assim como acontece na leitura, quando seu sentido final só se estabelece na “tradução” do leitor.

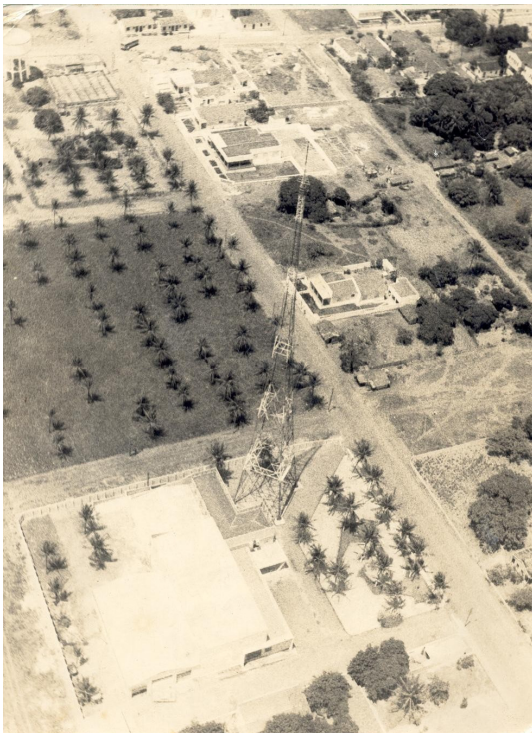
Das análises que acompanham a atividade leitora em seus rodeios, percursos através da página, metamorfoses e anamorfozes do texto pelo olho que viaja, vôos imaginários ou meditativos a partir de algumas palavras, transposições de espaços sobre as superfícies militarmente dispostas do escrito, danças efêmeras, depreende-se ao menos em um primeiro enfoque que não se poderia conservar a rígida separação da leitura e do texto legível (livro, imagem etc.). Quer se trate do jornal ou de Proust, o texto só tem sentido graças a seus leitores; muda com eles;

¹³ Márcia Vidal Nunes estuda este fenômeno no Ceará, em *Rádio e Política: do microfone ao palanque: os radialistas políticos em Fortaleza (1982-1996)*. 1ª edição, São Paulo: Annablume, 2000.

¹⁴ Grifos do autor

ordena-se conforme códigos de percepção que lhe escapam. Torna-se texto somente na relação à exterioridade do leitor, por um jogo de implicações e de astúcias entre duas espécies de ‘expectativa’ combinadas: a que organiza um espaço legível (uma literalidade) e a que organiza uma démarche necessária para a efetuação da obra (uma leitura).¹⁵ (Idem, ibidem, p 266).

Com o êxito na venda das ações, como vimos há pouco, os *Diários Associados* partem para novas empreitadas, quase sempre com destaques nos jornais. O ponto alto foi em 22 de maio, quando foi divulgado para o dia seguinte o lançamento da pedra fundamental da TV Ceará nos coqueirais da Estância Castelo, hoje bairro Dionísio Torres (ver foto). As obras teriam início no dia 25, mas a área já estava sendo preparada. Foi lançado, inclusive, um concurso para a escolha do nome da praça que ficaria em frente aos estúdios da estação, que seria construída sem ônus para os cofres públicos, com projeto assinado por Enéas Botelho. A mobilização foi tão grande que mais de 3.000 pessoas participaram, sendo escolhido para a homenagem o pioneiro da radiodifusão no Ceará, João Dummar, filho natural da Síria, o mesmo que havia vendido a Ceará Rádio Clube para Chatô, como foi dito anteriormente.



Enfim, o sábado de festa para o lançamento da pedra fundamental. Como representante dos *Diários Associados*, veio à Fortaleza João Calmon, acompanhado de

¹⁵

Grifos do autor

sua esposa, dona Teresinha Calmon, que colocou a primeira pá de cimento sobre a área onde seria erguido o prédio. Eduardo Campos, que seria superintendente da emissora em Fortaleza, e a cónjuge dona Heldine, também estiveram presentes a solenidade, bem como o Presidente da Associação Cearense de Imprensa, Perboyre e Silva, e o arcebispo Dom Lustosa. Assim foi dada a largada para a concretização da primeira emissora de televisão do Ceará.

Virada do ano. Em janeiro de 1960, Fortaleza recebe a torre da emissora, um equipamento de 30 toneladas e 108 metros de comprimento, capaz de alcançar um raio de 100 quilômetros. As informações davam conta de que, dentro de mais 60 dias, o restante dos aparelhos chegaria à Capital Cearense, como outra torre de 18 metros, de origem americana, a ser colocada sobre a que se encontrava na cidade. A TV iria ao ar no segundo semestre. E quem ainda não tinha subscrito ações, o prazo para adesão, que deveria ter terminado em 18 de dezembro de 1959, foi prorrogado agora para 7 de março de 1960.

Enquanto acompanhavam passo a passo o processo de instalação da primeira emissora do Estado, os veículos de comunicação de Fortaleza, divulgavam, obviamente, outros fatos, como as manchetes sobre o perigo que rondava a região do Vale do Jaguaribe, devido ao rompimento da barragem do Orós por volta do dia 24 de março. Dois dias depois, a tragédia estava estampada nas páginas dos jornais, dando conta da destruição de várias cidades, com cerca de 220 mil pessoas desabrigadas e um prejuízo de 2 bilhões de cruzeiros, sem contabilizar os 250 milhões do Orós. (Jornal O Povo, 26/03/1960, p.1). Diante dessa situação, o problema ocupou os meios de comunicação, para rearticular a já conhecida “arena discursiva” em prol de mais uma campanha social, desta vez para os conterrâneos desabrigados.

Narcélio Limaverde conta que, no momento em que a informação sobre o arrombamento chegou à PRE-9, encontrava-se na emissora para entrevistas o então ministro Armando Falcão. Ao saber da tragédia, de acordo com o radialista, ele cuidou de repetir a seguinte frase: “O Presidente não tem dormido, preocupado com o Ceará, com o Orós”. Em seguida, o Ministro fez cara de tristeza e, emocionado, pediu para entrar em contato por telefone com o Presidente. Foi levado até à sala da diretoria e pelo

número 54-63, foi solicitada a ligação interurbana à empresa Radional. O restante do relato fica por conta de Narcélio:

...E o Ministro, arrodado pelos repórteres, que nunca tinham ouvido nenhuma autoridade falar com o Presidente da República, sempre dizendo: ‘O Presidente não dorme, pensando no Nordeste’. Até que foi conseguida a ligação. E, Armando: ‘Sim, aqui é o Armando, sim Armando Falcão, ministro da Justiça. Dona Sara (mulher de Juscelino Kubitschek), diga ao Presidente que o Orós arrombou’. ‘Como, ele está dormindo!’. ‘Não quer ser acordado’. ‘Não quer ser acordado? Está certo. Então, amanhã, diga pra ele que o Orós, sim, no Ceará, no Nordeste, o Orós arrombou’. Para nós, nem dona Sara, nem Juscelino, sabiam nem se existia esse tal de Nordeste, ou o Orós estava passível de arrombar. E ela lá sabia o que era o Orós? Desde aquele tempo fiquei convencido de que Presidente nenhum deixa de dormir por causa do Nordeste. (Limaverde, op.cit., p.122)

O açude do Orós que, segundo Narcélio, o Presidente da República não conhecia, foi construído exatamente na onda do governo desenvolvimentista de Juscelino Kubitschek, com a finalidade de solucionar o grave problema da seca no Estado. As obras foram iniciadas em 1958, quando se registrou mais um ano de estiagem, devendo ser concluídas em um ano e um mês, prazo que acabou não sendo cumprido por causa do atraso do dinheiro do Governo Federal. Desta forma é que o inverno rigoroso de 1960 encontrou os trabalhos inacabados, causando uma das maiores tragédias que a Região já vivenciou.

Este episódio colocou o Ceará no circuito midiático nacional, com uma cobertura que reforçava o estereótipo do Nordeste como uma Região presa ao tempo cíclico da natureza, ora vítima da seca, ora vítima do inverno, num discurso de “olho torto”, como diria a escritora cearense Rachel de Queiroz. Logo depois, o fato aparece na imprensa internacional, como mostrou o *Última Hora* (28/03/1960, p. 8, apud Jaguaribe), do Rio de Janeiro: “*Orós projeta-se no cenário mundial: estão sendo esperadas caravanas de jornalistas americanos e europeus, dando-se como certa a vinda de repórteres do Times, Life, New York Times e outras grandes publicações estrangeiras.*” Em alguns trechos do jornal, percebe-se o posicionamento da imprensa do Sudeste do País, evidenciando elementos que tradicionalmente incorporam-se ao discurso sobre a região:

Pela primeira vez na história, a água enxota o nordestino; as cidades de Jaguaribe, Limoeiro do Norte, São João do Jaguaribe, Russas, Itaiçaba, Jaguaruana e Aracati, atingidas pelas enchentes, foram completamente evacuadas; milhares de toneladas de víveres, agasalhos e medicamentos chegam à zona flagelada;

Políticos em Orós lançam o pânico pela emissora do DNOCS; foram impressos e distribuídos milhares de boletins com os seguintes dizeres: “Perigo. Afaste-se do rio. O Orós arrombou”;

Políticos do Vale do Jaguaribe – parlamentares estaduais e federais – concentram-se em Orós, acompanhando o desenrolar do drama e transformando a emissora do DNOCS em arena de debates; há muito interesse eleitoral por trás da tragédia que assola o Nordeste e abala o País. (apud Jaguaribe, p. 80)

A estação de rádio do DNOCS – Departamento Nacional de Obras Contra as Secas, citada pelo jornal Última Hora, era a responsável em distribuir as informações para as demais emissoras de Fortaleza, estabelecendo assim um modelo de rede de notícias. Desta forma, a campanha para a arrecadação de donativos atingiu todo o Brasil através dessa mobilização radiofônica. O engajamento das emissoras foi motivo de comentário na coluna “Rondas do Rádio”, do jornal O Povo.

Os acontecimentos do Vale do Jaguaribe tiveram ensejo de despertar, em todo o Brasil, o largo espírito de generosidade do povo. As emissoras radiofônicas ocupam privilegiada posição de coordenadoras dos movimentos encetados para a salvação de nossos irmãos vitimados. Um trabalho de vulto, capaz de comover aos mais empedernidos. Nunca se viu luta igual de solidariedade humana. Jamais esqueceremos o papel importantíssimo desempenhado pela incansável cadeia de solidariedade. Uma reunião de estações de rádio, espalhadas na vasta extensão territorial que forma este rincão querido. (Jornal O Povo, 28/03/1960, p. 11)

O envolvimento da Ceará Rádio Clube com o triste episódio do Orós também estava na coluna:

A pioneira comanda brilhantemente a cadeia da solidariedade. O departamento de jornais falados da PRE-9, sob o comando de Aderson Braz, foi denominado de ‘o departamento coruja’. Os rapazes não dormiam. Nossa reportagem visitou a Ceará Rádio Clube, quando da eclosão da catástrofe e teve a oportunidade de ver a atividade da equipe. Vale salientar que o mesmo acontece com todas as emissoras do Ceará. (Idem, ibidem)

A mesma coluna também deixou claro que não era apenas por bondade que havia toda essa mobilização do rádio em prol das vítimas. Por trás, estava a luta pela audiência, evidência que ficou clara com o clima de concorrência entre as emissoras, principalmente a PRE-9 e a Dragão do Mar:

Mas, como sempre acontece, temos o registro da forma negativa. No momento crucial em que as águas avançavam, na destruição insólita, tivemos a oportunidade de assistir a um começo de disputa entre emissoras ávidas de audiência. Felizmente, o bom senso dos seus dirigentes falou mais alto e tudo foi normalizado. Não era possível resistir a nodos de inveja, quando se lutava por uma única finalidade. Esta foi uma pequena mancha, fácil de ser esquecida. De futuro, façamos tudo para que isto jamais aconteça. (Idem, *ibidem*)

Pelas trilhas da memória de Narcélio Limaverde, foram dias de muito trabalho nas emissoras, a ponto de surgirem até desentendimentos entre as equipes que ficavam no ar de sol a sol, por causa do cansaço. Era a “militância”, como diria Blanchard Girão anteriormente. Além da cobertura jornalística, a Dragão do Mar decidiu arrecadar donativos para as vítimas, colocando nas ruas a frota de caminhões da Fortaleza Gás Butano, a qual pertencia ao empresário Moysés Pimentel, proprietário da emissora.

Neste *tour-de-force*, a cadeia de emissoras de rádio foi acompanhando o desenrolar da tragédia provocada pelo Orós. Após 30 dias, uma Comissão de Inquérito Federal veio até o Ceará para fazer diagnóstico da situação, fato que também foi acompanhado pelos veículos de comunicação. Segundo a reportagem do jornal O Povo (02/05/1960, p. 5), cujo título era “Impressionada a Comissão de Inquérito com a situação do Vale do Jaguaribe”, o saldo foi de 541 casas destruídas em diversos municípios.

A tragédia do Orós levou Fortaleza a experimentar o que Thompson classifica como “socialidade mediada”, conseqüência do desenvolvimento dos meios de comunicação que modificou o sentido de pertencimento dos indivíduos, ou seja, a compreensão dos grupos e das comunidades a que eles sempre pertencem. Na visão do autor, a compreensão do mundo fora do alcance de nossa experiência pessoal, e de nosso lugar dentro dele, passa a ser modelada cada vez mais pela mediação de formas simbólicas.

Esta compreensão provém, até certo ponto, de um sentimento de partilha de uma história de um lugar comuns, de uma trajetória comum no tempo e no espaço. Mas à medida que nossa compreensão do passado se torna cada vez mais dependente da mediação das formas simbólicas, e a nossa compreensão do mundo e do lugar que ocupamos nele vai se alimentando dos produtos da mídia, do mesmo modo a nossa compreensão dos grupos e comunidades com que compartilhamos um caminho comum através do tempo e do espaço, uma origem e um destino comuns, também vai sendo alterada: sentimo-nos pertencentes a grupos e comunidades que se constituem em parte através da mídia.(Thompson, 1998, p. 39)

Um outro exemplo de “socialidade mediada” na cidade de Fortaleza foi registrado em maio de 1960: o Caso Chessman, o conhecido “bandido da luz vermelha” que, depois de 12 anos tentando provar a inocência, estava prestes a ser executado a pena de morte no estado da Califórnia, nos Estados Unidos. A história de Caryl Chessman mobilizou a opinião pública global e motivou uma das maiores campanhas internacionais contra a pena de morte, com a colaboração dos veículos de comunicação do Ceará.

Elisabete Jaguaribe, em sua dissertação de Mestrado sobre a Rádio Dragão do Mar (Jaguaribe, op. cit., p. 83), relata porque o caso é recheado de elementos midiáticos. Ele era acusado de uma série de crimes misteriosos que passaram a acontecer nos arredores de Los Angeles a partir de 1948. Os acontecimentos se davam quase sempre da mesma forma, segundo descrevia a polícia: um carro de luz vermelha aproximava-se de um casal de namorados, um homem seqüestrava e violentava a mulher e depois fugia. A prisão de Chessman virou, inclusive, referência para muitas produções de Hollywood.

Em 23 de maio de 1949, numa estrada entre Los Angeles e Hollywood, a polícia passou a perseguir um Ford-46, ocupado por dois homens. A prisão se dá em plena Beverly Hills, o bairro das grandes personalidades do cinema, quando os policiais interceptaram o veículo. Dos dois suspeitos que ocupavam o carro, Caryl Chessman correspondia às características do homem procurado. Uma pesquisa na ficha policial de Chessman fechou as investigações: preso diversas vezes, desde os 16 anos, por roubo de automóveis e assalto a residências, ele compunha o perfil ideal do criminoso. A polícia da Califórnia prendera o ladrão da luz vermelha.(Jaguaribe, op. cit. , p.83)

O processo do acusado foi marcado por irregularidades e contradições, dando mais tempero para a “midiática” história. Passada uma década de prisão, Chessman

decide virar escritor, o que lhe dá elementos para freqüentar com mais assiduidade o noticiário internacional. Mesmo sob forte pressão mundial, que pedia a anulação da condenação, a pena de morte do americano saiu em maio de 1958, levando o caso a freqüentar ainda mais o noticiário internacional. Mas o que o Ceará tinha a ver com isso? Os veículos de comunicação resolveram entrar nesse circuito de manifestações mundiais e acompanharam passo a passo o caso, constituindo-se assim num dos primeiros momentos significativos, na experiência urbana de Fortaleza, desta troca simbólica entre o local e o internacional.

O radialista Peixoto Alencar, da Rádio Dragão do Mar, ficou à frente de uma grande campanha, colhendo assinaturas a serem encaminhadas para o presidente dos Estados Unidos, Dwight Eisenhower, pedindo que Chessman tivesse direito à vida. Ele saía às ruas numa unidade móvel e convocava o povo para aderir ao movimento, sempre ecoando pelos quatro cantos da cidade a seguinte frase: “Chessman não deve morrer”. O cenário é descrito pelo radialista Narcélio Limaverde:

Caryl Chessman, o famoso bandido da luz vermelha, dos Estados Unidos, mereceu dias de campanha, ecoando na cidade o dístico de Peixoto de Alencar: ‘Chessman não deve morrer’. ‘Atenção Leônidas, vire nossas antenas em direção à Califórnia. ‘Atenção governador Edmund Brown. Aqui é a Rádio Dragão do Mar. Milhares de assinaturas já estão nos abaixo-assinados que serão enviados a Vossa Excelência. Chessman não deve morrer’. (Limaverde, op.cit., p 113)

E, por não ter sintonizado a rádio Dragão do Mar, o Presidente dos Estados Unidos nunca deu resposta aos fortalezenses preocupados com o destino do suposto bandido. Mas em Fortaleza, a voz do locutor, que no rádio é trabalhada para ganhar ritmo, teve eco pela cidade. De acordo com Narcélio Limaverde, volumes e mais volumes de papel almaço com a assinatura dos cearenses ficaram, durante muitos anos, guardados nas dependências da emissora, na Avenida do Imperador. O certo é que a campanha teve uma grande repercussão na cidade. Foi motivo até de pauta na Câmara Municipal de Fortaleza, onde vereadores ocuparam a tribuna para fazer discursos a favor da vida de Chessman. O edil José Diogo da Silveira chegou ao ponto de aprovar moção em que se oferecia ao governo norte-americano para morrer no lugar do bandido da luz vermelha. A “pitoresca” sugestão, claro, também não foi ouvida pelo presidente americano.

Foram esses dois casos – o arrombamento do Orós e a condenação do americano Chesmann, que levaram o Ceará a entrar no circuito midiático global, reforçando inclusive os laços das emissoras de rádio com a cidade. Porém, as experiências urbanas com os dois episódios foram diferenciadas. No caso do Orós, por exemplo, foi levada uma imagem do Ceará para o mundo como um lugar “atrasado”, vítima do tempo, ora seca, ora chuva, e ainda com uma arena política parasitária que se estabelecia em volta da tragédia. Já no caso do “bandido da luz vermelha” foi a mídia de Fortaleza que trouxe para a cidade um fato de grande repercussão nos países centrais, experiência que passou a fazer parte da memória da população a partir do momento em que gerou fatos locais.

A esse respeito, Canclini ressalta as provocações das tecnologias comunicativas e a reorganização industrial da cultura, chamando a atenção para o fato de que as mudanças não substituem as tradições, nem as massificam homoganeamente:

Propõem outro tipo de vínculos da cultura com o território, do local com o internacional, outros códigos de identificação das experiências, de decifração de seus significados e modos de compartilhá-los. Reorganizam as relações de dramatização e credibilidade do real. Tudo se enlaça, como sabemos, com uma remodelação da cultura em termos de investimento comercial, ainda que as transformações simbólicas citadas não se deixem explicar apenas pelo peso que o econômico adquire. (CANCLINI, 2003, p.263).

Numa cidade em que histórias fantásticas logo encontravam moradia, casos como o de Chessman se encaixavam bem no cenário e serviam para animar a cena urbana e atizar o imaginário da população, virando até personagem da literatura de cordel. A estas alturas, os moradores da Capital se ocupavam também da figura do “rabo-de-burro”, desencandeando as boatarias e as inquietações. Tal personagem é descrito pelo professor Gisafran Jucá da seguinte forma:

Não eram marginais comuns, mas rapazes que dispunham de automóveis e cometiam abusos sexuais contra moças, geralmente estudantes desacompanhadas. O número de casos aumentou rapidamente e o assunto passou a ser discutido pelos jornais, tornando-se alvos de intensos debates na Câmara Municipal. A vereadora Maria Eulália, em 1954, pediu uma

resposta concreta da Polícia ao...’terror implantado na cidade pelos rabos de burro, notadamente com respeito aos estabelecimentos de ensino, mais atingidos pelos mesmos indivíduos’.(Jucá, 2000, p.156)

Gisafran Jucá conta ainda que o medo dos “rabos de burro” só foi amenizado devido à reação e os protestos que partiram de vários setores. Com mais força que a ação policial, de pouca eficiência no combate ao caso, foram talvez essas manifestações que fizeram recuar as violências sexuais. Face à repercussão dos protestos, os registros de queixas foram até diminuindo. A demanda por justiça nos casos de violência contra a mulher era tão presente no rádio que “dona” Tatá, quando ativa a memória sobre a Fortaleza nos primeiros anos de TV, relata o seguinte caso:

A vida no passado não tinha essas mortes assim, da pessoa matar. Eu sempre digo que eu conheci a mil novecentos e bote força, uma morte através de um crime assim: naquele tempo quando um namorado se aproximava da filha de um cidadão e houvesse alguma atrapalhada no sentido da honra, aquela coisa, aquele caboclo, eles procuravam, amarravam e faziam tudo, até castravam naquele tempo. Eu conheci um castramento de um cidadão por ter desonrado a filha de um cidadão. E ele achou que o único crime que estava passando com a filha tinha que ser pago dessa natureza. O cara não morreu, ficou vivo, mas era como se fosse um porco, entendeu? (Entrevista, 25 de outubro de 2005)

Mas por que casos como o do Chessman e do “rabo-de-burro” ganharam tanto espaço nos meios de comunicação? A resposta pode estar na imbricação entre notícia e folhetim, este último a expressão máxima do jornalismo na cultura de massa. Mas para isso, os modelos de aceitabilidade ou não de um enredo, devem residir no sistema de opiniões que regulam a vida social. Desta forma, os dois casos, que ecoaram tanto nas emissoras de rádio como nos jornais impressos, partem dos mesmos pressupostos: existiram porque encontraram lastro simbólico-dramático e eco na sociedade. São produtos finais das empresas jornalísticas, que vendem mercadoria pronta para o consumo, numa articulação simbólica entre o popular e o massivo.

É no cerne de uma cidade que se preparava para receber a televisão que os dois episódios surgem carregando as características de velocidade e rapidez. O caso Chessman, em particular, pode ser considerado um símbolo de modernidade para a Fortaleza do final dos anos 50 e início da década de 60, no duplo sentido de alardear a modernização em curso por trazer um caso internacional para a provinciana Fortaleza. Além disso, o episódio passou a ser discutido fora do âmbito restrito das elites

intelectuais e repercutiu entre os “excluídos” do círculo de discussão gerado pelos jornais. O rádio possibilitou esta repercussão. Percebe-se, então que, no contexto do jornalismo na cultura de massa, a vida “normal” ganha cores com a catástrofe, a paixão, o crime, numa mistura de ficção e informação, elemento fundamental na indústria cultural.

Notícias da TV

Entre esses e outros casos, a população acompanhava as notícias sobre a chegada da TV. Gilmar de Carvalho conta que Geraldo Fontenele, na PRE-9, terminava suas crônicas todos os dias pedindo para que os dias passassem rápidos, “para afinal enfrentarmos o diabo desse bicho-papão, a televisão” (Carvalho, 2004, p. 26). Tarcísio Tavares, na coluna *Publicidade e Investimento*, publicada na Gazeta de Notícias, outro jornal local, criado em 1927, ousava tocar num assunto que devia gerar inquietação: será possível manter uma emissora de televisão em Fortaleza, uma vez que o investimento era altíssimo, em torno de 20 milhões de cruzeiros, com despesas grandes com a técnica e com os artistas? Os anunciantes terão condição de “bançar” suas publicidades pela TV? Mas como ele deveria saber das expectativas na cidade, cuidava de responder imediatamente: “(...) *a nossa resposta sempre afirmativa. A TV vai incrementar uma série de novas fontes de riqueza, que ingressarão no círculo do novo empreendimento*”. (Idem, ibidem)

Em outras edições da coluna, Tarcísio Tavares sugeria que aparelhos de TV fossem colocados em casas de merenda, bares e sorveterias. Dário Macedo, na coluna “Passarela”, de O Estado, saudava a TV Ceará como um autêntico tento de progresso. “*É a afirmação da capacidade desses mesmos homens que fizeram a velha Prenove, um verdadeiro e querido patrimônio de nossa terra*”.(Idem, ibidem, p.27)

O Jornal O Povo, concorrente de o Unitário e Correio do Ceará, também não deixou de noticiar a novidade pertencente aos *Associados*. A coluna “Rondas do Rádio”, durante o mês de outubro de 1960, divulgava várias notas referentes à chegada da TV. Na edição do dia 5, o autor dizia que a população aguardava ansiosamente as notícias em torno da inauguração da estação. “*A equipe associada prepara-se por trás*

de verdadeira cortina de ferro. Há mais segredos ali do que na Rússia quando do lançamento da Sputnik...é o que se comenta”.

Quem sonhava em aparecer na tela, começava a se movimentar para conhecer os truques de trabalhar em frente às câmeras. Depois de ter feito teatro no Sudeste do País, Emiliano Queiroz retornava à Fortaleza para ministrar cursos para as atrizes, todas oriundas do rádio, com vivência de microfone. Neide Maia, Karla Peixoto, Lourdes Martins, Ângela Maria, Laura Santos e Maria José Braz viraram alunas para aprender como se portar nas encenações ao vivo.

O interessante é que os nomes originais passavam por adaptações quando viravam locutores. José Braz de Oliveira é o mesmo Aderson Braz, famoso locutor na época, conhecido pela segurança ao ler os textos, sem gaguejar. Aneide Maia Nogueira é o nome de registro de nascimento de Neide Maia, considerada uma das maiores locutoras de rádio que o Ceará já teve.

Ainda em 1960, chega para ficar uma longa temporada em Fortaleza Péricles Leal, o paraibano de Alagoa Grande, nascido em 1930, tanto com experiência em jornalismo como em teatro, mas vocação maior para a televisão, experiência que adquiriu no trabalho para as outras emissoras dos *Diários Associados*, principalmente no Rio de Janeiro. Ele aportou na capital cearense com a missão de treinar a equipe de trabalho da futura TV Ceará, empregando os métodos e ensinamentos teóricos da incipiente linguagem televisiva, afim de abolir ao máximo a improvisação.

De acordo com Gilmar de Carvalho, o curso era dividido em três partes. Na primeira fase, os radialistas e jornalistas participantes recebiam conhecimentos básicos de televisão (linguagem, pontuação, desenvolvimento temário e esquema de realizações). Num segundo momento, os “alunos” teriam que fazer um exercício prático, desenvolvendo roteiro de programa. Para encerrar, a realização do roteiro, com a participação da equipe técnica e do corpo de atores. Guilherme Neto, aquele que tinha visto um aparelho de TV rapidamente no Recife, como disse no início deste capítulo, foi aprovado no curso com uma proposta de telenovela, que ele batizou com o nome de “*Conflitos*”.

...nós fizemos uma televisão em que éramos autores e intérpretes, entendeu? O Péricles era só autor. Ele escrevia peças para televisão, novelas...Ele escrevia e ele nos ensinou isso aí, esse jeito de escrever para a televisão. É uma forma de pensamento e de raciocínio diferente do rádio. O rádio é para ouvir, o jornal para ler e a televisão para você ver e ouvir. Então, muita coisa você não precisa dizer porque está sendo mostrado. Você tinha que aprender a escrever de um jeito para não dizer o óbvio. Se o camarada aparece com a roupa suja, não precisa dizer que ele está com a roupa suja. Já esculhamba o texto...Tá com raiva? Então, ele tem que ser um ator capaz de falar com raiva. Não é preciso o ator chegando dizendo que está com raiva...(trecho de entrevista à autora).

Guilherme e os colegas que vinham do rádio tinham, naquele momento, os primeiros contatos com a linguagem particular da TV e o modo pelo qual são construídos os produtos televisivos, a partir de elementos como sons, imagens, textos, diálogos e planos, tudo de uma só vez. Além dele, a equipe de realizadores ficou assim: Ary Sherlock, João Ramos, Augusto Borges, Lustosa da Costa e Renato Aragão. Tiveram que passar meses num processo de aprendizado, com exercícios diários no estúdio, sem erros que pudessem comprometer a qualidade dos programas.

Péricles era considerado como um homem autoritário, exigente na disciplina, pontos que foram avaliados depois como positivos para a ocasião, dada a responsabilidade na definição das equipes de trabalho. Os poucos recursos que a futura televisão disponibilizava, principalmente se comparado com os dias atuais, também impediam a evolução de uma linguagem mais elaborada para o novo veículo. De tão pesadas, as câmeras exigiam funcionários com um porte físico mais musculoso. Para aliviar a tensão dos futuros funcionários da TV Ceará, Péricles anunciou que havia trazido um pacote de realizações, para contribuir com os primeiros momentos de programação. Sobre ele, Eduardo Campos dá o seguinte depoimento:

...era um homem erudito, era um homem que tinha lido toda a literatura universal. Ele conhecia, não era despreparado...Ele conhecia literatura. Por isso, é que ele podia montar todos os espetáculos, porque conhecia Shakespeare...conhecia todo esse pessoal: os americanos, os modernos, os mais

antigos, os franceses, os ingleses. Então, isso é que dá, faz a diferença. Não adianta você estar se formando num curso de Comunicação e não ter leitura. Então, além de ser um expert no assunto, ele era um homem lírico. Quando veio para cá, trouxe a mulher, que também era cantora lírica. Então, isso faz a diferença...

Enquanto Péricles Leal impressionava uma cidade que ainda não tinha televisão, foi também aberto um curso para anunciadoras. Os critérios para participar pareciam mais um concurso de miss: ter entre 18 e 30 anos (menor só com autorização dos pais), altura mediana, curso secundário, reforçado pela obrigatoriedade de saber ler e escrever corretamente e facilidade de memorização. Os outros critérios servem para reforçar o que eu disse anteriormente sobre a beleza física: provas de conhecimentos gerais, desfile, desembaraço, improvisação e boa memória. O anúncio para convocação dizia ainda que aquela era uma boa oportunidade para moças bonitas e inteligentes de Fortaleza. Surgiam, assim, os primeiros passos para a publicidade na TV, a entrada em cena daquelas que os autores consideram os primeiros mitos da televisão brasileira, as garotas-propagandas, moças que, brevemente, iriam anunciar os produtos.

Quanto ao desembaraço das candidatas, essa exigência se devia ao fato da inexistência do vídeo-teipe (como veremos no capítulo 3), fazendo com que tudo fosse feito no exato instante de ir ao ar. Não tinha como gravar, para posteriormente selecionar as melhores cenas e depois veicular na televisão. Por isso, muitas passaram para a posteridade com o sinônimo de “trapalhona”, como diz Inimá Simões (1986, p.43), “de colaboradora assídua do folclore televisivo, algo bem conforme a sua imagem de mulher pouco inteligente mas bonita”. Mas não podemos esquecer que muitos dos erros cometidos, eram provocados pela precariedade técnica, principalmente se comparado com a atualidade. Na falta de estrutura para a realização de filmes publicitários, a presença da garota-propaganda foi um das saídas encontradas para o momento. A outra alternativa era a exibição de “slides” com a voz de um locutor em “off”, ou seja, ele não aparecia na tela.

Esse modelo veio das televisões *Associadas* já em funcionamento pelo Brasil, principalmente as de São Paulo e Rio de Janeiro. Com os riscos de “deslizes” nas transmissões ao vivo, muitas delas entraram para o anedotário da publicidade, como o

caso publicado na revista Briefing, de setembro de 1980, na página 10: “a garota propaganda falava do sofá-cama Probel, que facilmente transformava seu sofá em cama e vice-versa. Quando ela foi demonstrar o produto, o sofá-cama acabou emperrando e não se transformou em cama”.

Após o anúncio, em Fortaleza, foram selecionadas Stelinha Barbosa, com o adjetivo de graciosa e semelhanças com Marta Rocha; Rita Angélica pela simpatia e seria a loura garota-propaganda do sabonete Sigel e de outros comerciais; Adalgisa era definida como elegante. Shirley Ibiapina era a discreta e mais competente, segundo os jornais. Mesmo assim, algumas se tornaram figuras populares, garantindo a presença no vídeo, mesmo após o desaparecimento dessa categoria especificamente televisiva. Em nível nacional, se destacaram Neide Aparecida, Idalina de Oliveira, Meire Nogueira, Wilma Chandler, Odete Lara e Maria Rosa.

Neste primeiro capítulo, tentei mostrar como foram os passos iniciais para a chegada da primeira emissora de televisão do Ceará. O rádio, principal porta-voz da onda de modernidade que percorreu o País na década de 50, foi o grande articulador no processo de instalação do novo veículo. No bojo das campanhas sociais, a Ceará Rádio Clube inseriu o “discurso” sobre a importância da televisão para o desenvolvimento do Estado e sensibilizou a população para a compra das ações. Juntamente com os jornais, ajudou a criar e a disseminar uma certa atmosfera de “glamour” e encantamento em torno do novo veículo, que, no senso geral, era associada à modernidade. E que cidade era essa que recebeu a nova mídia? É o que veremos no próximo capítulo.

Capítulo II

A Fortaleza que recebeu a TV

O segundo capítulo deste trabalho tem como finalidade apresentar questões para pensar *Fortaleza nos primeiros tempos da TV*, a partir da movimentação para a instalação da pioneira TV Ceará. Tento interpretar como a inserção da *estação*, como objeto da chamada “indústria cultural”, alterou a dinâmica da Capital do Ceará, pontuando os momentos em que atuou como impulsionadora de novos hábitos e costumes e geradora de novos espaços de sociabilidade. Para tanto, a análise do contexto social e cultural se faz necessária, afinal, no dizer de Edward Palmer Thompson “*a disciplina da história é, acima de tudo, a disciplina do contexto*”. (Thompson apud Boutier e Julia, ano, p.39).

Embora hoje seja incontestável a importância dos meios de comunicação para se compreender a formação das sociedades modernas, ainda é escasso o número de publicações que contemplam a inserção deles no cotidiano das cidades, das pessoas, nos modos de vida. As pesquisas que existem, em sua maioria, priorizam a chamada “imprensa escrita”, enquanto a chamada imprensa falada – rádio e tv, ocupa um espaço restrito no universo acadêmico, talvez pelo estigma de “bens” de consumo ligeiro. A esse respeito, a jornalista Elisabete Jaguaribe (2005), diz que essa preferência pela imprensa escrita se dá por tudo aquilo que ela representa como instância legitimadora da classe letrada. A essa afirmação, eu acrescentaria outras dificuldades, cada uma de ordem diferente. A primeira delas refere-se aos embaraços teóricos e metodológicos que o pesquisador da área enfrenta, dada a ausência de registros históricos, como as gravações dos programas. Aqui, a saída é seguir o historiador italiano Carlo Ginzburg (1990), com as suas considerações sobre o historiador-detetive e o “*paradigma indiciário*”. Assim como Freud ou Sherlock Holmes, ele opera de forma detetivesca, recolhendo os sintomas indícios, seguindo rastros, considerando as ausências, os pormenores, elementos que parecem de pouca importância. As suas indicações me foram bastante inspiradoras neste percurso. Outra dificuldade é “historiar” um fenômeno que se apresenta com muito dinamismo, adquirindo a cada dia novos contornos, sem esquecer as questões de natureza ideológica: uma história que pretende ser crítica localiza-se, necessariamente, de determinado ponto de vista.

Mesmo com esse descaso citado anteriormente, vale ressaltar alguns trabalhos importantes para a condução deste trabalho. Renato Ortiz, em *A Moderna Tradição Brasileira (1994)*, discorre sobre a cultura brasileira e a indústria cultural, num percurso

instigante pelo processo de desenvolvimento do País, identificando inclusive um ponto crítico na construção do conhecimento sobre os meios de comunicação de massa: um silêncio teórico sobre a existência da cultura de massa no País, uma situação que só se modifica a partir dos anos 70.

Estudos relacionados mais diretamente à televisão, embora com um olhar específico sobre questões econômicas e políticas, também contribuíram para algumas reflexões neste trabalho. Em *História da Televisão Brasileira*, Sérgio Mattos (2002) busca identificar influências econômica, social e política que interferiram direta e indiretamente no processo de instalação da TV. É um fundamentado estudo sobre a implantação do novo veículo no nosso País, analisando desde sua fundação até possíveis mudanças ante as inovações tecnológicas e as reordenações provocadas pelo quadro sócio-político-econômico.

Para a minha pesquisa, a obra constituiu-se uma ajuda essencial, porque apresenta uma original periodização da história da televisão no Brasil, onde pude situar Fortaleza num cenário mais amplo. O autor estabelece seis fases do desenvolvimento do veículo no País. Assim, temos: a fase elitista (1950-1964), a fase populista (1964-1975), a fase do desenvolvimento tecnológico (1975-1985), a fase de transição e da expansão internacional (1985-1990), a fase da globalização e da TV paga (1990-2000) e a fase da convergência e da qualidade digital, que começa no ano 2000.

A fase elitista se refere ao período em que o aparelho de televisão era considerado um luxo, ao qual apenas a elite econômica tinha acesso, devido ao preço. Foi na fase populista, segundo o autor, onde aconteceu a influência política mais poderosa sobre o desenvolvimento da televisão, momento que se inicia quando o Presidente João Goulart é deposto por um golpe de Estado, em 1964. As indústrias eletrônicas passaram a produzir um grande número de aparelhos para atender ao mercado interno e os programas de auditório ocuparam “boa” parte da programação. Mas foram as telenovelas as maiores responsáveis pela arregimentação de grandes massas para a TV.

Na fase do desenvolvimento tecnológico, as redes de TV se aperfeiçoaram e começaram a produzir, com maior intensidade e profissionalismo, os seus próprios

programas com incentivos de órgãos oficiais, visando, inclusive, a exportação. A partir de então, a televisão começou a exibir programas de alta sofisticação técnica, gerados em cores e que atendiam plenamente ao tipo que o governo queria: uma televisão bonita e colorida, nos moldes do “Fantástico – O Show da Vida”, produzido e exibido pela TV Globo.

Sérgio Mattos classifica como fase de transição e da expansão internacional o período da Nova República em que se intensificam as exportações de programas. Nesta fase, que se caracteriza pela passagem do regime militar para o civil, as principais mudanças no setor das comunicações decorreram da promulgação, em 5 de outubro de 1988, da nova Constituição, que apresenta texto específico sobre comunicação social.

Na concepção do autor, a fase da globalização e da TV paga começa em 1990, quando o País busca a modernidade a qualquer custo e a televisão se adapta aos novos rumos da redemocratização. Com a tendência de desenvolvimento global, começou-se a estabelecer as bases para o surgimento estruturado da televisão por assinatura, via cabo ou via satélite, baseado nos moldes americanos, e a se debater o modelo de alta definição. Por fim, a fase da convergência e da qualidade digital, que começa no ano 2000, com a tecnologia apontando para uma interatividade cada vez maior dos veículos de comunicação, principalmente a televisão, com a internet e outras tecnologias da informação.

O Mercado Brasileiro de Televisão, de César Bolaño (2004), faz uma análise intrinsecamente histórica, que permite salientar os aspectos específicos das atividades ligadas à produção em televisão, com as particularidades latino-americanas e brasileiras. Utilizando contribuições teóricas e empíricas das diferentes escolas críticas, o autor incorpora, em suas análises, elementos que permitem dar conta das especificidades e assim analisar temas tão relevantes como as funções ideológicas cumpridas historicamente pela TV aberta na construção material e simbólica da Nação e as estratégias das empresas.

No âmbito de uma perspectiva crítica, Bolaño (2004) utiliza um instrumental analítico que mantém relações estreitas com o marxismo e com as diferentes correntes heterodoxas, na Economia, nas Ciências Sociais e nas Ciências da Comunicação.

Apresenta uma abordagem interdisciplinar em que ressalta as diferentes funções da cultura, da informação e da comunicação, e, mais especificamente, as relações que existem entre as dimensões sociológicas, econômicas e estéticas.

Outra obra que destaco é *Chatô: O Rei do Brasil* (1994), de Fernando Morais. Embora trate Assis Chateaubriand como um herói, o trabalho traz informações relevantes sobre o homem que, nascido na Paraíba e analfabeto até os 10 anos de idade, construiu um império nas comunicações. Os "*Diários Associados*", grupo comandado por ele, dominaram a imprensa brasileira por quase meio século, especialmente durante os anos em que o Brasil esteve sob o governo ou ao menos a influência de Getúlio Vargas. Este é um dos trabalhos que mostram Chatô com personalidade forte e pensamentos singulares, muitas vezes exóticos, mas ao mesmo tempo empresário criador e dinâmico. O lado de pioneirismo e empreendedorismo parece encantar a quase todos que o “recuperam”, deixando como segundo plano as críticas aos acordos políticos feitos a qualquer preço para a realização de seus sonhos.

Em uma das inusitadas passagens da vida de Chatô, Fernando Morais relata que o “dono das comunicações no Brasil” fez na Justiça um pedido de retratação de paternidade para reconhecimento de uma filha, Teresa, que ele havia se recusado a registrar quando nasceu e depois de longos anos voltou atrás. Como não obteve sucesso porque a lei favorecia a mãe naquela situação específica, a reação foi a seguinte: “*Lei, lei! Será que toda merda de lei neste País foi feita para me prejudicar? Se é assim, se a lei é contra mim, então, meus senhores, vamos ter que mudar a lei!*” (Morais, 1994, p. 407).

Chatô ficou obcecado por essa idéia de mudar a legislação brasileira. Pediu que intermediários fossem conversar com Getúlio Vargas sobre a possibilidade de alteração na legislação federal que tratava do direito da família. O Presidente reagiu negativamente dizendo que “direito de família, no Brasil, é área de competência da Igreja”. Mais detalhes sobre a reação de Vargas, Chatô ficou sabendo por meio de relatórios feitos pelos guarda-costas do Poder Central, a quem ele subornava para obter informações privilegiadas. E acreditem: não demorou muito para que a sua estapafúrdia idéia de mudar a lei para que pudesse ter o pátrio poder sobre a filha fosse atendida pelo Presidente, em mais um capricho pessoal que mudava a história do País.

Para além dos métodos pouco ortodoxos, traço marcante na trajetória empresarial de Chatô, percebi com essa e outras leituras que, o “pioneirismo”¹⁶ é a qualidade que mais se destaca nos trabalhos referentes a ele. O fato de fazer antes dos outros, num País como o Brasil ganha importância especial, uma vez que ele se torna o agente introdutor de técnicas em vigor nos centros desenvolvidos. Ponte entre o nosso “atraso” e o “progresso” alcançado por outros países, o pioneiro retira da falta de condições reais para a implantação dos seus projetos, o carisma de sua existência. Foi o que aconteceu com a instalação da televisão no Brasil..

Dentro da historiografia cearense, encontrei estudos sobre a cidade de Fortaleza que me ajudaram a caminhar pelo passado da Capital Cearense com algum conhecimento do assunto. Embora não faça referências à televisão no cotidiano da cidade, *Verso e Reverso do Perfil Urbano de Fortaleza*, do historiador Gisafran Jucá (2003) relata com detalhes o processo de urbanização da cidade de Fortaleza entre os anos de 1945 a 1960. Como ponto de partida, o autor analisa o peso da seca e do fluxo migratório na economia regional, verificando até que ponto a crise que afetou o campo repercutiu no processo de aceleração da urbanização de Fortaleza. Jucá analisa, assim, a implantação dos serviços de infra-estrutura urbana, por meio da identificação dos agentes decisivos de sua expansão e dos beneficiários das melhorias implantadas, e, posteriormente, o crescimento contínuo das favelas, visualizando-o dentro da noção de espaço diferenciado.

Portanto, a temática do livro envolve diferentes aspectos da história urbana da Capital Cearense, contribuindo assim para a reflexão sobre a injusta e excludente história da nossa cidade. Desta forma, foi uma obra referência para a minha pesquisa, uma vez que contribuiu para o adensamento dos estudos sobre as transformações no período estudado. Este *Fortaleza nos primeiros tempos de TV* é bastante devedor da análise realizada pelo autor.

¹⁶ Veja algumas frentes que Chatô foi pioneiro no Brasil: introduziu novas espécies bovinas no País, teve participação decisiva na criação do Museu de Arte de São Paulo e batalhou pela multiplicação dos aeroclubes.

Para entender um pouco mais sobre o aspecto da experiência moderna de Fortaleza, recorri ao historiador Antônio Macedo e Silva Filho, que identifica esse caráter na cidade já na década de 40. Segundo ele, “*modernidade e tecnologia nunca estiveram associados de modo tão imbricado*” (Silva Filho, 2000, pp.107-109), principalmente no pós-guerra quando inúmeras inovações técnicas invadiram o comércio fortalezense, resultando em “*novas temporalidades de consumo*”. Como exemplo, temos o surgimento da caneta esferográfica que “*escreve a seco, dispensa o uso do mataborrão e não corre o perigo de derramar na roupa*” e das meias de nylon – que ganharam fama de serem de vidro pelo seu poder de secagem rápida e transparência. “*O episódio das meias de vidro remete aos engendramentos entre imaginação e expectativa, suscitados em profusão numa cidade enredada pelo desejo de modernização*”.(Idem, ibidem).

Sobre o conceito de modernidade, me aproprio neste trabalho do sentido adotado por Marshall Berman (1986), que define a modernidade como etapa histórica, como processo sócio-econômico e político que vai construindo a modernidade, e os modernismos como projetos relacionados à arte, cultura e sensibilidade. O interessante é perceber também o aspecto contraditório que ele ressalta:

(...) Ser moderno é encontrar-se em um ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, autotransformação e transformação das coisas em redor – mas ao mesmo tempo ameaça destruir tudo o que temos, tudo o que sabemos, tudo o que somos. Ser moderno é fazer parte de um universo no qual, como disse Marx, tudo que é sólido se desmancha no ar. (Berman, 1986, p. 15)

Como citei na introdução, a referência bibliográfica mais específica sobre a TV e a cidade está no livro do professor Gilmar de Carvalho - *A televisão no Ceará: Indústria cultural, consumo e lazer (2004)*. Nesta publicação, o autor relembra com sensibilidade histórica os primeiros ídolos de Fortaleza (João Ramos, Emiliano Queiroz, Cleide Holanda, Ayla Maria etc). Com a segurança de quem é quase cúmplice dessa história, ele descreve tanto as aventuras dos primeiros programas, quanto as falhas e improvisos resultantes do amadorismo, do fazer ao “vivo”, que tanto provocaram encantamento e indignação no público, como veremos a seguir. Neste trabalho, Carvalho também se ressentiu do descaso público com o vasto acervo da emissora, cujos filmes, “slides”, fotos e roteiros ficaram para traz.

“Entrelaçando” com outras obras, esses trabalhos me ajudaram a enfrentar a lacuna histórica sobre a TV e o cotidiano de Fortaleza, na busca de mapear a cidade que se preparou para receber a televisão. A fim de costurar os fios dessa trama, considero a dimensão simbólica e cultural da TV, sem esquecer que esse espaço de subjetividade que lhe dá sentido conecta-se a uma realidade sensível. Portanto, a TV de hoje é também uma trajetória de decisões, adaptações e reorganizações, resultantes de decisões tomadas no passado.

A análise que fiz neste trabalho se coloca na perspectiva dos estudos culturais, afastada da tradição frankfurtiana, que ainda domina alguns estudos da mídia. Longe da idéia que dotava os textos e as obras de um sentido absoluto e único – como nos sugere Chartier¹⁷, chego aos estudos culturais reconhecendo-as como formas diferenciadas de interpretação. Neste caminho, encontro Michel de Certeau e seu conceito de fabricação:

A fabricação que se quer detectar é uma produção, uma poética – mas escondida, porque ela se dissemina nas regiões definidas e ocupadas pelos sistemas de produção (televisiva, urbanística, comercial etc) e porque a extensão sempre mais totalitária desses sistemas não deixa aos “consumidores” um lugar onde possam marcar o que fazem com os produtos. A uma produção racionalizada, expansionista além de centralizada, barulhenta e espetacular corresponde outra produção, qualificada de ‘consumo’: esta é astuciosa e quase invisível, pois não se faz notar com produtos próprios, mas nas maneiras de empregar os produtos impostos por uma ordem econômica dominante. (DE CERTEAU, Op. Cit. p.39)

De Certeau nos atualiza sobre a capacidade de reapropriação do espaço organizado pelas técnicas da produção sociocultural, quando “as maneiras de fazer” formam a contrapartida, do lado dos consumidores, dos processos mudos que organizam a ordenação sócio-política e que “o cotidiano se inventa com mil maneiras de caças não autorizadas”. (Id.Ibidem., p.38).

Fortaleza no ar

¹⁷ CHARTIER, Roger. A História Cultural: entre práticas e representações. Rio de Janeiro: Bertrand, 1990, p.27.

O que pensar de uma Fortaleza do final dos anos 50 e começo da década de 60, ainda acanhada para o tão sonhado padrão de uma metrópole, recebendo o que os jornais da época chamavam de “grande passo para a modernidade”? Quando a primeira emissora de televisão da Capital do Estado foi inaugurada – *TV Ceará*, em 26 de novembro de 1960, a cidade passava por um período de transformação referente à malha urbana e às práticas de sociabilidade, acentuando os traços de cidade dos contrastes – por um lado, havia uma concentração de renda nas mãos de poucos, em busca de progresso e de inserção em um mundo “mais civilizado”, e de outro lado uma crescente população de pobres, vindos do campo.

A Fortaleza que abria as portas para a nova mídia absorvia as migrações que chegavam dos mais variados pontos do interior, principalmente vítimas da seca de 1958, levadas populacionais que se acomodavam na periferia, semeando as futuras favelas. O fluxo só não foi maior porque, neste ano, a euforia com a construção da nova sede do poder do País, Brasília, levou muita gente rumo ao Planalto Central em busca de trabalho. Assim, a Capital do Ceará foi crescendo em número de moradores, como mostram as estatísticas. Em dez anos – de 1940 para 1950, a população aumentou 50%, passando de 180.185 para 270.169. E quando chega 1960, a cidade registra uma população de 514.818 pessoas¹⁸, um acréscimo de 66% em relação a década anterior.

Era tanta gente na cidade que, a hospedaria Getúlio Vargas, inaugurada com festa em 1943 para ser o centro oficial de recepção dos chamados “soldados da borracha”¹⁹, transformou-se em depósito de cidadãos considerados de “segunda categoria”, com intensos conflitos provocados pela seca de 1958. Os jornais da época declaravam que o espaço havia recebido cerca de 11 mil retirantes, número superior à capacidade do prédio, que era de 1.200 pessoas. O clima era de tensão. Entre denúncias de desaparecimento de alimentos e maus tratos dos retirantes, foram dias de conflitos.

¹⁸ Dados do 8º. Recenseamento geral – FIBGE.

¹⁹ A dramática situação renovou uma rotina deixada pelo chamado Acordo de Washington, assinado entre os governos brasileiro e americano em 22 de dezembro de 1942, com o objetivo de recrutar mão de obra para fazer parte do ‘Exército da Borracha’, movimento organizado pelo Governo de Getúlio Vargas para a exploração da borracha a ser fornecida aos países aliados em guerra contra as forças nazistas. Mesmo com o acordo tendo encerrado com o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945, dezoito anos depois do envio das primeiras levadas de cearenses, uma nova seca retomou a “exportação” de trabalhadores rurais para a Amazônia, seguindo mais uma vez a rota de fuga da seca.

Vale ressaltar que, no Brasil como um todo, a sedimentação de uma “mentalidade urbana”, percebida nas práticas sociais típicas das comunidades citadinas, está ligada ao processo de passagem do país agrário, de colônia e império, para o país urbano de fase industrializada e republicana. A evolução dos grandes centros do País iniciou-se, segundo Paul Singer (1979), quando expressivas transformações econômicas, sociais e políticas propiciaram a emergência de uma atividade industrial de produção de bens de consumo não duráveis (tecidos, roupas, alimentos), em substituição às antigas importações. Essa tendência urbanizadora tem sua origem bem antes, entre os anos de 1930 e 1945 (Era Vargas), quando o Governo implementou uma política de industrialização, ao mesmo tempo em que restringiu o poder dos grandes proprietários rurais.

Tais medidas, juntamente com a legislação trabalhista que contemplava apenas as áreas urbanas, propiciaram às cidades um cenário bem mais interessante para levar trabalhadores rurais. Aliado a esses fatores, como vimos anteriormente, Fortaleza também virou centro de atração por causa do fenômeno da seca no Ceará que, historicamente, constituiu o motivo predominante das migrações campo-cidade. Podemos citar como anos de estiagens os seguintes: 1889-1900, 1909, 1915, 1919, 1932, 1942, 1950, 1952-1953, 1958. (Sousa (org), 2000, pp.76-102)

O processo de industrialização se ampliou no País a partir de 1950, quando houve o aumento na fabricação de bens de consumo durável (automóveis, eletrodomésticos), bens de capital (máquinas e equipamentos) e bens intermediários (siderúrgica, produtos químicos, de borracha, papel). Nos vinte anos seguintes, entre 1950 e 1970, o ritmo se acelera sobremaneira e a inversão da prevalência urbana sobre a rural se consolida.

Até a década de 1940, 75% da população brasileira era classificada como rural. No final da década de 1960, 52% da população brasileira era urbana. Entre 1940 e 1970 essa população quadriplicou como consequência dos deslocamentos do campo para as cidades, das migrações periféricas para o Centro-Sul. (Casalecchi, 2002, p.45)

No caso de Fortaleza, ainda percebe-se outro agravante: o processo de industrialização era lento demais para atender as crescentes demandas sociais, assim

como acontecia em todo o Nordeste, evidenciando as diferenças regionais num País de dimensões continentais.

Esta tendência se desenvolve menos em função de uma industrialização, que é apenas incipiente, e mais devido a condições desfavoráveis do meio rural. A cidade é visualizada como uma possibilidade de ascensão social e econômica, que nem sempre ocorre, o que pode ser atestado pelos grupos marginalizados que vivem na maioria das grandes cidades latino-americanas. Nestas, frequentemente, a taxa de crescimento industrial é inferior à taxa de crescimento urbano, ocasionando desemprego e outros problemas. (Oliven, 1974, p.73)

Em consequência das medidas governamentais referidas acima, de incentivo à industrialização para substituir as importações, a Região começa a assumir uma função mais empresarial e motiva a criação, em 1952, do Banco do Nordeste do Brasil (BNB), com sede em Fortaleza. Surge, então, a demanda para formação de técnicos que pudessem comandar as políticas de desenvolvimento. É desta necessidade visível no cenário que é implantada a primeira universidade pública: a Universidade do Ceará, em 1954. E mais tarde, em 1959, nasce a Sudene – Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste, com a finalidade de traçar um plano integrado para a região, a fim de diminuir as diferenças econômicas e sociais em relação ao Sul, Sudeste e Centro-Oeste do País. Se o resultado não foi o esperado, pelo menos se percebeu a iniciativa de algumas ações que tentavam reduzir as discrepâncias se comparado com os centros mais dinâmicos da economia brasileira.

Fortaleza, que já tinha uma posição hegemônica em relação às cidades interioranas, alarga ainda mais o seu raio de ação. Com grande parte da população urbana formada a partir da população do campo, novos hábitos, novas práticas culturais, novas formas de sociabilidade já se observam no final dos anos 50, tendo também como importante instrumento articulador o rádio, como vimos no primeiro capítulo. Podemos dizer que começa assim o processo de constituição de uma sociedade de consumo de massa, sinalizando para o advento da indústria cultural brasileira, que eclodiria anos depois.

As notícias divulgadas pelos jornais fortalezenses da época davam conta do descompasso entre as duas faces opostas dessa realidade – miséria e modernidade, embora as manchetes não fizessem relação de um fato com o outro, tratando-os como

acontecimentos isolados, desgarrados de uma realidade complexa, sensível. No viés inspirado pelo otimismo – inserido num momento brasileiro de grande efervescência e de criatividade artística - vários acontecimentos na Capital Cearense davam o tom eufórico dos empreendimentos culturais de cunho empresarial que começavam a se expandir na cidade, como o Cine São Luiz, da rede de Luís Severiano Ribeiro, que havia sido inaugurado no dia 26 de março de 1958 e já fazia parte das diversões do fortalezense. O prédio, que levou anos para ficar pronto, acabou ganhando o estigma na cidade de “sinfonia inacabada”, assim como outras edificações, como a Catedral (1939-1982) e o Porto do Mucuripe (1938-1982).

Até a chegada do São Luiz, que se tornou o ponto luxuoso da cidade, assim como dizia a população, o Cine Diogo era o mais “chique” da cidade. Todos os domingos, na chamada “*Sessão das Quatro*”, os jovens de classe mais abastada se encontravam para ostentar modelitos caprichados, muitas vezes com luvas e estolas. O paletó ainda era o traje exigido para os homens. Era uma imitação da magia da tela, travestida de fantasias e sonhos e embalados pelos astros de Hollywood.

A Sessão das Quatro era o ponto de encontro nas tardes domingueiras, da juventude dourada daquela época. Nas manhãs, estávamos na piscina e na praia do Ideal Clube e à tarde... seria até um sacrilégio não comparecer à sessão das quatro. As garotas mais lindas, influenciadas pelo *new look* de Christian Dior e Jacques Fath, surgiam em saias imensas, grandes decotes resguardados com fartas estolas e luvas (quem diria!) depois dessa performance, era dos planos para logo mais à noite, participar das tertúlias do Maguari. (Girão, 1998, p.80)

Embora predominasse o clima de seriedade em espaços com esse, o espírito irreverente do cearense parece presente em todas as épocas, como relata o radialista Narcélio Limaverde:

(...) certo dia, Pinduca e sua turma soltaram um gato, provocando tumulto entre os que ali se encontravam, inclusive jovens senhoritas, que a gente chamava de broto, com anáguas farfalhantes, assim chamadas pelo barulho que faziam à entrada daquela casa de projeção. (Limaverde, s/d, p. 171)

No dia da inauguração da TV, muitos estavam na fila do São Luiz para assistir ao filme em cartaz: “*A hora fina*”. Não tão pomposos como ele, outros cinemas também exibiam suas atrações: no Diogo, “*Uma pequena do Barulho*”; no Moderno, “*A Viúva*

Valentina”; no Majestic, “*Assaltantes Mascarados*”, e no Ventura, “*Antro dos Desalmados*”²⁰.

O Centro era o local de concentração da maioria das atividades, com a praça do Ferreira se destacando como o “coração” vibrante da cidade. Lá, ficava o marco da aceleração do ritmo urbano: a Coluna da Hora, monumento vertical com mostradores de relógio para cada uma das quatro faces. Se um instrumento mecânico que marca as horas ganha evidência no “coração” de Fortaleza, conclui-se a importância que o tempo passa a ter na Capital, em sintonia com os fluxos. Há, também, uma outra consequência igualmente significativa a ser considerada: a secularização do tempo mecânico. “Muito embora a disseminação do tempo do relógio, às expensas do tempo dos sinos, já compusesse um longo processo de proeminência do mundo secular, o que está em jogo aqui é precisamente o lugar de poder no qual o tempo cronológico se inscreve”. (MACÊDO E SILVA FILHO, 2002, p.66).

Além dos cinemas, ao redor da Praça tinham cafés, lojas e o burburinho de uma Fortaleza que crescia em número de habitantes, sem infra-estrutura adequada, fazendo com que a elite “reclamasse” da inexistência de espaços mais reservados, restritos, exclusivos, que promovessem ainda mais a segregação. Na época professor do Liceu do Ceará e hoje aposentado, “seu” José Carlos Araújo²¹, até então morador da Gentilândia, diz que na década de 1950 eram poucas as formas lazer na cidade.

(...) Era uma cidade onde todo mundo se conhecia. Todo mundo passava pela praça do Ferreira. Se ia trabalhar, pegava o bonde ou o ônibus. O bonde não havia mais porque tinha acabado com a crise, mas pegava o ônibus. Outra coisa: eu cansei muito de ir ao Jornal *O Povo* de ônibus...Depois, Luiz Gualter comprou um fusquinha e a gente vinha de fusca, mas era de ônibus que se andava, o ônibus do Benfica, quer dizer, então havia esse. O carro não era ainda a coisa, depois né, que a necessidade foi aumentando (José Carlos Araújo, entrevista).

Das memórias, contadas oralmente na sala de estar de seu apartamento, afloraram um passado tranqüilo, pacato, romântico, que vai se contrapor com uma Fortaleza que já tinha a Praça do Ferreira, com o seu abrigo central, como equipamento

²⁰ Programação de cinema publicada no Jornal *O Nordeste* de 26 de novembro de 1960.

²¹ O depoimento foi dado a autora na atual casa do depoente, localizada na avenida Barão de Studart, no ano de 2005.

de lazer, favorecendo a diversão, aos encontros e aos desencontros. Mas é como ressalta Ecléa Bosi (1994), inspirada em Maurice Halbwachs, lembrar não é reviver, mas refazer, reconstruir, repensar com imagens e idéias de hoje, as experiências do passado. Mais uma vez, me aproprio das palavras dela para dizer que a lembrança é uma imagem construída pelos materiais que estão, agora, à nossa disposição, no conjunto de representações que povoam nossa consciência atual. Quando seu José Carlos olha a cidade da janela do apartamento da Aldeota e se depara com o vai-e-vem intenso de carros, o passado fica mais lento.

A citação do professor aposentado me leva também a refletir sobre o conceito de lazer. Mesmo constituindo uma palavra já incorporada à linguagem corrente, é importante algumas considerações breves, que tornam-se esclarecedoras do seu significado no plano das práticas que se desenvolvem ao longo da configuração histórica das sociedades. O termo pode se caracterizar de várias formas: descanso para descarregar a tensão do dia-a-dia, divertimento para “quebrar” a rotina ou liberdade de decisão para ocupar o tempo livre. Mas sob a lógica do sistema, principalmente nos países pobres, lazer é associado às distrações alienantes, sem preocupação quanto ao significado sociocultural e político da vida das pessoas. Assim, se sobressaem os aspectos ligados à diversão pura e simples e é essa dimensão do conceito de lazer, relacionado ao entretenimento, que é utilizado neste trabalho.

A esse respeito, o historiador Gisafran Jucá diz que, a noção de lazer, em sociedade onde a pobreza se sobressai no pano de fundo urbano, corre o risco de concentrar-se em atividades usufruídas pelos grupos sociais dominantes. Nestes casos, as suas formas de diversão passam a ser destacadas e valorizadas como símbolo de progresso e modernização (vimos os cinemas “chiques” e mais à frente os clubes sociais da Capital), à medida que as opções usufruídas pelas camadas populares são, em geral, limitadas pelas normas que norteiam a manutenção da ordem pública e, muitas vezes, suas atividades são tidas como inferiores e até indisciplinadas. Um exemplo que pode se encaixar nessa afirmação é o do “espírito pilhérico” do fortalezense, como vimos no caso do gato solto nas sessões finas de cinema.

Ainda sobre esse “espírito pilhérico”, Gisafran Jucá diz que tal comportamento sempre se manifestou ao longo da história de Fortaleza. E o interessante é perceber que

ele é marcado nas práticas exercidas nos espaços dominantes de lazer (mais uma vez, o gato solto no cinema) e nas táticas, para usar um termo do De Certeau, de constituição do lazer, uma vez que a própria pilhéria é uma forma de diversão, bem como os relatos orais. “...*Numa sociedade repressiva e defensora de normas rígidas de controle, o tom galhofeiro recebia outra denominação: ‘molecagem’ era a taxativa ao cotidiano de Fortaleza*” (Jucá, 2000, p. 145).

Voltando ao cenário urbano de Fortaleza, em 1948 o fortalezense ainda podia transitar de bonde pela cidade, até que a Prefeitura Municipal decidiu acabar com esse serviço, determinando a retirada dos trilhos, que ficaram em atividade 35 anos. Considerado símbolo do desenvolvimento urbano, o fim dele provocou uma onda saudosista entre os usuários e muitas reclamações, que foram amenizadas com a promessa de novos ônibus. Segundo Gisafran Jucá, a decisão de extinguir o serviço não alterou a movimentação na cidade, persistindo apenas as recordações por parte de alguns fãs. (Jucá, 2000, p.100).

Embora não tenha alterado a movimentação, os moradores pagavam um “preço alto” para continuar se deslocando pela cidade no fim dos anos 50. Havia um déficit considerável de transporte coletivo na cidade, em consequência do crescimento populacional e de um maior número de locais distantes a serem atendidos, obrigando as pessoas a se submeterem a andar numa frota velha, sem a devida renovação. O cenário ficou ainda mais complicado, segundo os jornais da época (Jornal O Povo, 06/04/1960, p.3) porque o Departamento de Transportes atuava precariamente e ainda distribuía concessão de linhas a empresas sem capital para atender a população de maneira satisfatória, até mesmo na Aldeota, bairro mais privilegiado com infra-estrutura. Em 1960, eram 403 ônibus em circulação para atender 87 linhas.

Antes de prosseguir, é pertinente esclarecer que, para a designação “infra-estrutura”, quando se pensa no conceito de cidade, refere-se às condições básicas para sobrevivência, com água, luz, transporte, esgoto etc. Na Capital Cearense, nos finais dos anos 50, água encanada ainda era privilégio de poucas residências.

Mas obras de impacto cosmético e de caráter tido como inovador, também utilizado em outras partes do País, ancorado no discurso desenvolvimentista do governo

de Juscelino Kubitschek, começavam a se espriar pela cidade pelas mãos do poder público, modificando as suas formas. O Prefeito de Fortaleza, General Cordeiro Neto, cujo mandato foi de 1959 a 1963, decidiu estender os horizontes da cidade, abrindo as avenidas Perimetral e Luciano Carneiro, iniciou a Beira-Mar e interligou a Aldeota ao Joaquim Távora, através da avenida Antônio Sales. O acontecimento ganhou destaque no jornal o *Unitário*, ressaltando com louvor o fato da iniciativa oficial “correr” paralelamente com a iniciativa particular. A notícia se reportava ao local onde seria instalado o estúdio da TV Ceará, conhecido como Estância Castelo - um coqueiral a perder de vista de propriedade de Dionísio Torres que, depois de falecido, passou a dar nome ao bairro -, num tom de que tal medida era justa para dar condições de progresso aos locais próximos a televisão. A esse respeito, veja o que diz Gilmar de Carvalho:

A clareza do texto diz da importância dos *Diários Associados* na época. O assunto foi retomado no mês seguinte (agosto), perdendo um pouco a noção de limites, ao dizer que a avenida Antônio Sales, que passará em frente a TV Ceará, virá possibilitar maior facilidade do tráfego para aquele arrojado empreendimento. (Carvalho, 2004, p. 21)

O fato revela o atrelamento dos jornais aos “donos do poder”, num jogo de influência que recai diretamente sobre os critérios de noticiabilidade. Por trás do elogio estampado no jornal, o qual pertencia à rede *Diários Associados*, havia todo o interesse de se criar as condições de infra-estrutura necessárias para a tão esperada televisão. Mas, apesar dos compromissos ideológicos dos impressos como empresa de comunicação, percebe-se também que as matérias passaram a revelar outros temas e agentes, que começavam a fazer parte do cotidiano da cidade.

Nesta época, os clubes sociais se destacavam como uma maneira de afirmação de poder e distinção social, os quais alçavam Fortaleza ao posto de “a cidade mais bem provida de clubes de alta categoria” do País. Uma parte dos fortalezenses se divertia nesses locais, que tinham um rígido controle social, o qual se exercia em dois níveis: ao nível da segregação concreta, uma vez que só se permitia o acesso às suas dependências de pessoas que constassem de seu quadro de sócios e, ao nível do comportamento, pois a manutenção do “decoro” era exigência para os seus frequentadores, como enfatiza Mirtes Pontes (2005). Pela ordem de importância, segundo classificação dos jornais, os clubes se posicionavam da seguinte forma: Clube Iracema, Clube dos Diários, Náutico Atlético Cearense, Ideal, Maguari, Líbano, Country e Círculo Militar. Desses, apenas o

Náutico foi citado pela coluna TV *Notícias* como clube que adquiriu antecipadamente aparelho de TV. Como esses espaços eram chamados de “elegantes”, com um caráter discriminador indisfarçável, a partir de critério como cor, nível social e condição civil, somente os sócios teriam acesso ao equipamento para assistir à programação.

Os menos “abonados” se divertiam no fim dos anos 50 nas inúmeras agremiações ligadas aos setores da classe média, com maior ou menor poder aquisitivo, numa clara evidência da importância do espaço que ocupava esse tipo de sociabilidade. Dentre elas, destacavam-se o Comercial Clube, o Clube Massapeense, o Centro Quixadaense, o Centro Crateuense, o Centro Iguatuense, esses quatro últimos congregavam principalmente colônias do interior do Estado. Nos bailes dos clubes, eram os conjuntos musicais que animavam os participantes, como a de Ivanildo e o de Paulo de Tarso, preferindo-se as canções ditas “orquestradas” e os ritmos latinos. As danças “a dois” conferiam o tom de romantismo às festas.

Neste período, a cidade abre espaço também para um ritmo bem diferente desses “bem comportados”, inspirado na moda norte-americana: é o *rock'n roll*, que fica famoso primeiramente com nomes como Elvis Presley, Chubby Cheker e Bill Haley. Ainda na área da música, em 1958, as ondas do rádio de Fortaleza embalavam os ouvintes com as vozes de Ronaldo Bôscoli, João Gilberto, Nara Leão, Carlos Lira e Tom Jobim, no movimento que ficou conhecido como Bossa Nova. Os integrantes fizeram canções que se diziam autenticamente brasileiras, caracterizadas por uma releitura dos antigos samba-canção, sem sofrimentos e lágrimas, tocadas e cantadas em tom intimista, sem os arroubos de vozes dos cantores de rádio. Mas a repercussão popular esperada não foi alcançada.

Observa-se, então, que as tendências que se manifestam no campo da cultura e da arte, em diversos recortes históricos, influenciam diretamente nas formas de sociabilidade e lazer dos moradores das cidades. Maneiras de falar, vestir, linguagens e códigos de valores éticos, morais e até religiosos, transformam e são transformados pelas diversas modalidades com que as expressões culturais se apresentam, num constante processo de construção do novo ou releitura do antigo.

Neste olhar que lanço sobre as imagens contraditórias de uma Fortaleza do passado, no sentido de obter a coerência de sentido de uma época, me remete a Walter Benjamin,(1989) quando passeia pela sua “amada” Paris. Pela historiografia *benjaminiana*, dá para perceber como método uma montagem em forma de “choque” ou contraste, num confronto de imagens antitéticas e, por conseguinte, dialéticas, para promover o “despertar” ou a “revelação”. Assim, uma cidade propicia aos seus habitantes representações contraditórias do espaço e das sociabilidades que aí têm lugar. Como diz Sandra Pesaventos (ano), ela é, por um lado, luz, sedução, meca da cultura, civilização, sinônimo de progresso. Mas, por outro lado, ela pode ser representada como ameaçadora, centro de perdição, império do crime e da barbárie. São, sem dúvida, visões de atração e repúdio, de sedução e rechaço, que, paradoxalmente, podem conviver no mesmo espaço. Essa seria, para citar Marshall Berman (1986), uma das características da modernidade como experiência histórica individual e coletiva: a postura da celebração e combate diante do novo, que em parte exerce fascínio e em parte atemoriza.

Assim, no final dos anos 50, o fortalezense tinha como lazer passear pelas ruas para apreciar o movimento e conferir as novidades nas vitrines, que exibiam aparelhos de rádio, geladeiras, fogões, equipamentos de cozinha, produtos que hoje parecem banais, eram apresentados como grandes invenções para auxiliar as donas de casa nos serviços domésticos. Cientes de que a aquisição de novos bens tecnológicos por parte da população era sinônimo de inserção num mundo mais civilizado, as lojas do centro começaram a exibir o que havia de mais novo: a televisão. A esse respeito, veja o depoimento do então comerciante Antônio Romcy²²:

Nós nem vendíamos televisão no Magazine Sucesso no final dos anos 50, mas colocamos um aparelho na vitrine só para o povo olhar, mesmo sem imagem. Era uma estratégia para que eles vissem outros produtos que nós vendíamos e que também estavam na vitrine. Aquele televisor funcionava como uma isca para atrair o consumidor. O resultado deu certo e nosso movimento aumentou muito. (Antonio Romcy, entrevista.)

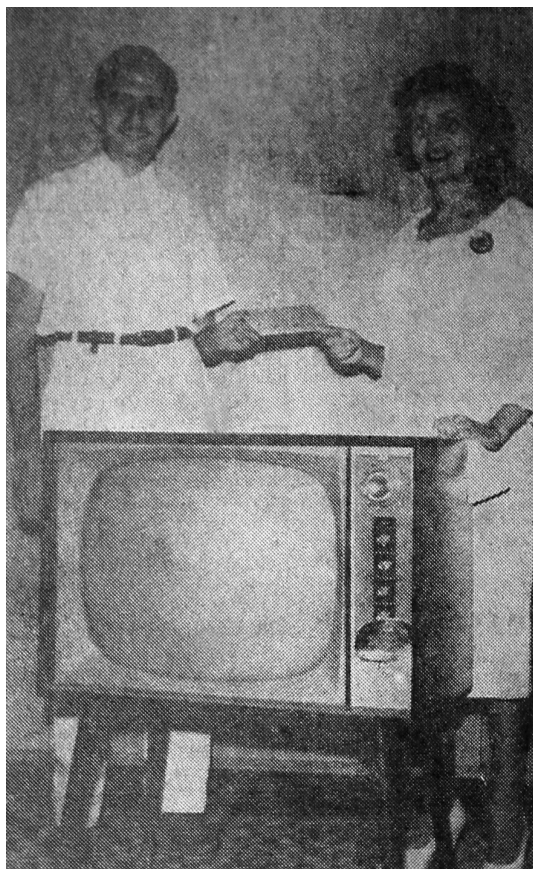
Inquestionavelmente, a lógica do consumo já norteava as relações e os modos de vida na cidade, aliás no mundo ocidental como um todo, fazendo com que o comércio a cada ano inovasse no *marketing*. É tanto que, em novembro de 1959, conforme noticiou

²² O depoimento foi dado à autora na casa dele, em julho de 2005.

com destaque o *Unitário*, o mesmo Magazine Sucesso (origem do Romcy, rede extinta de lojas de departamentos e supermercado) usou o aparelho de televisão como “isca” em outra estratégia:

Grande Prêmio do Magazine Sucesso – Durante 45 dias de duração do concurso uma média de 1.340 pessoas fizeram compras diariamente no Magazine Sucesso, candidatando-se ao sorteio de um aparelho de televisão GE, no valor de Cr\$ 80.000,00. O sorteio foi realizado sábado último, às 17 horas, no auditório da Ceará Rádio Clube. Contemplou a senhora Vanda Câmara Medeiros, esposa do Dr. José Medeiros, conhecido médico nesta Capital, residente a Rua Carlos Vasconcelos, 1774. D. Vanda recebeu o prêmio ante-ontem, no próprio Magazine Sucesso. (Jornal Unitário, 5/11/1959, p. 8)

Dona Vanda teve que esperar mais um ano para ver o aparelho funcionar, uma vez que a cidade não tinha ainda emissora em funcionamento, nem tecnologia para que isso acontecesse. Mas o fato de ter o equipamento em casa era sinal de progresso, uma vez que o aparelho de televisão era considerado artigo de luxo, ao qual apenas a elite econômica tinha acesso por causa do alto preço, como vimos no início deste capítulo na divisão de fases proposta por Sérgio Mattos.



Para complementar o clima de euforia e de novidade, Fortaleza ganha em dezembro de 1959 uma loja com o nome “A *Televisão*”, que chega com mais um atrativo, até então inexistente em casas comerciais: ar-condicionado. A inauguração ganhou também espaço nos jornais, como o *Correio do Ceará* (01/12/1959). Localizada na rua Barão do Rio Branco, 980, esquina com Guilherme Rocha, ela exibia na vitrine os televisores ligados, apenas com o “chiado”. O novo espaço de venda anunciava nos jornais com um tom de esclarecimento, quase que didático, dizendo que, para entrar, bastava empurrar a porta. Curioso, mas ao mesmo tempo desconfiado, o cearense não aceitou o convite e a loja teve vida curta (Carvalho, 2004, p.17). Mas não foi só o consumidor que ficou atemorizado com as novidades, conforme as narrativas de Rômulo Siqueira²³, primeiro Diretor Comercial da TV Ceará, Canal 2.

(...) O comércio do Ceará tava muito cético em relação a televisão. Eu tô lembrado que antes da inauguração da televisão, eu fui fazer uma palestra na Secção Comercial. E depois que eu fiz a exposição do que ia ser a televisão, eu mandava um aparelho, pois no Ceará pouca gente conhecia. O Antonio Gomes Guimarães, que nesse tempo era presidente da Associação Comercial, disse: vocês estão fadados ao fracasso porque o Comércio do Ceará não tem condição de vender televisão de cinco contos, cinco mil cruzados para vender... Jamais o comércio cearense do varejo vai ter proximidade de vender 10 mil televisores no Ceará, porque fica um negócio completamente acima de todas as vendas que nós fazemos hoje...(Rômulo Siqueira, entrevista ao professor Gilmar de Carvalho, 1986)

Mesmo assim, os televisores passaram decididamente a se inserir nas promoções de algumas lojas que, entre grandes e pequenas, somavam-se 3.107, com geração de 3.582 empregos diretos²⁴. A imprensa escrita registrou também como fato importante os sorteios de aparelhos de TV na Super Loja A Capital, Casa Vênus e Casa Parente. Depois, vieram as mesmas promoções na Silcar e nas lojas Carneiro e Gentil. Neste sentido, é relevante assinalar a histórica associação econômica da cidade de Fortaleza com a atividade comercial, setor que a televisão impulsionou consideravelmente nos anos seguintes como veículo para a publicidade e marketing massivo de mercadorias.

Festas de inauguração

²³ A entrevista foi dada ao professor Gilmar de Carvalho, no Rio de Janeiro, ano de 1986, onde Rômulo Siqueira foi morar depois que se afastou da TV Ceará.

²⁴ IBGE – Censo Comercial e dos Serviços de 1960. Paraíba, Pernambuco e Alagoas, VI Recenseamento Geral do Brasil. Série regional. V. 4, t. 4, p. 50 e Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, v. 4, t. 3, p. 76.

É neste cenário de uma “elite” impregnada de desejos de “modernização”, mas, paradoxalmente, carente de infra-estrutura urbana, sem a preocupação de uma efetiva melhoria de vida para a população, que finalmente acontece a grande festa de inauguração da primeira TV do Ceará. Foram quase dois anos de preparativos, criando uma grande expectativa na população através das notícias do rádio e dos jornais, com reformas urbanísticas, para que os moradores tivessem acesso às imagens em casa no seu cotidiano. Um dia antes da festa oficial, uma sexta-feira, 25 de novembro de 1960, o jornal *O Povo*, em sua primeira página, complementava a euforia dando o último “ok” para o funcionamento da estação:

Foi realizada ontem, às 20 horas, com grande sucesso, a primeira experiência da TV-Ceará, e os bons resultados obtidos no teste causaram verdadeira satisfação aos diretores da empresa, como ao público em geral. A inauguração ocorrerá amanhã. A experiência de ontem revelou que a TV-Ceará, apesar de a nossa energia ser deficiente, apresenta uma imagem nítida e um excelente som.

A festa de lançamento da nova mídia se deu em vários momentos, com recepções exclusivas para “elite” e outras para as pessoas que estavam fora deste contexto social, além de cinco dias de programação televisiva alusiva à chegada do novo veículo de comunicação. Tudo começou numa tarde de sábado, às 17 horas, quando os convidados se reuniram na sede da TV Ceará, Canal 2, localizada num dos pontos mais altos da cidade, a 35 metros acima do nível do mar, na avenida Antônio Sales, entre as ruas Oswaldo Cruz e Visconde de Mauá, no bairro da Estância, numa área de 5.808 metros quadrados, onde hoje funciona a *holding* do Grupo Edson Queiroz.

Era ali dentro daquele prédio de dois andares, pintado com tinta d’água amarela, que morava a curiosidade dos fortalezenses naquele grande dia, embora o acesso fosse altamente restrito. As notícias davam conta de que as mais altas autoridades do País estavam em Fortaleza para o “acontecimento de grande repercussão, com destaque para o governador da Bahia, general Juracy Magalhães, padrinho da TV Ceará; João Calmon, superintendente dos *Diários Associados* em todo o País; Paulo Cabral, também da direção dos *Associados*, além do prefeito Cordeiro Neto e dezenas de convidados especiais”. A chamada caravana “*Associada*” era composta por um total de 107 pessoas.

Esse fato já é revelador sobre o anseio que existia entre uma parte da população para a chegada da televisão em Fortaleza, mobilizando os que eram considerados mais importantes. O governador Parsifal Barroso, que se encontrava “*neste grande dia*” nos Estados Unidos, acompanhando a mulher em exames médicos, mandou cabograma: “Cordiais felicitações grande vitória associada”. A inauguração da TV Ceará não teve a presença de seu idealizador maior, Assis Chateaubriand, porque ele se recuperava de uma trombose²⁵, mas mandou também cabograma:

A você, meu caro capital tabajara que chegou meu abraço pela obra titânica realizada em tão pouco tempo. Esse abraço não é só para o chefe e seu tacape, mas também para todos os índios fleixeiros nessa maloca televisonaria. Inexcedível piloto e toda equipagem desafiam ardente entusiasmo pela missão admiravelmente cumprida.²⁶

O destinatário era o superintendente da TV Ceará, Eduardo Campos, que dirigia outras três empresas do mesmo grupo: a *Ceará Rádio Clube* e os jornais *Correio do Ceará* e o *Unitário*. A imprensa anunciava que a bênção litúrgica seria dada pelo Arcebispo dom Lustosa, mas foi substituído pelo padre Misael Gomes. No discurso de João Calmon, ele destacou o pioneirismo de Chatô ao instalar mais uma emissora no País, sem visar lucro, citando a TV Ceará como elo da unidade nacional e dizendo-se também revoltado contra a excessiva concentração dos instrumentos do progresso no Sul do País (Carvalho, 2004, p. 32). É interessante perceber como Calmon tenta passar, em seu discurso, a idéia de um trabalho missionário por parte dos *Associados*, quando se trata de um negócio dentro do capitalismo, indo do econômico ao social, como diz Capparelli (2004), e ainda com objetivos a cumprir dentro desse sistema de acumulação: ampliação da produção, desenvolvimento de infra-estrutura da radiodifusão e da recepção, propaganda para produtos e ampliação do mercado e do setor de comunicações.

Com tom de ato político, a solenidade teve continuidade com outras falas, inclusive a do Prefeito Cordeiro Neto, que também destacou a importância do novo

²⁵ Quase todo o ano de 1960, Chateaubriand passou no hospital, recuperou-se no ano seguinte e faleceu no dia 4 de abril de 1968. (Morais, op. cit. p. 620)

²⁶ As informações e o texto do cabograma foram retirados do livro *História Viva – A Televisão no Ceará 1959/1966*, de Gilmar de Carvalho, publicado pela Secretaria de Comunicação Social em 1985, no Governo Mota, com elementos para a história da televisão no Ceará.

veículo para o progresso do Ceará. Logo em seguida, ele ocuparia de novo a tribuna para saudar o empreendimento com imagens já ao vivo, numa prática muito comum e freqüente na Fortaleza dos primeiros tempos da TV.

A palavra do cearense Juracy Magalhães, governador da Bahia e paraninfo da primeira estação de televisão do Ceará, o qual chegou às terras alencarinhas a bordo de um dos dois aviões que traziam a caravana dos *Associados*, era cercada de muita atenção. O cearense que foi fazer carreira política fora da cidade natal, iniciou por recordar, com ternura, os anos em que viveu em Fortaleza, para depois ressaltar o significado da inauguração da TV Ceará. De acordo com o *Unitário*, “ele aproveitou a oportunidade para fazer uma análise da situação do Nordeste, o que se constituiu no ponto alto de seu pronunciamento”. Foi ele quem teve a honra de cortar simbolicamente a fita, ao lado da *miss* Ceará Wanda Lúcia. Nestes tempos, *miss* tinha prestígio de “celebridade” e sua presença abrilhantava os principais eventos sociais da Capital. Essa foi uma “moda” que surgiu a partir da criação dos concursos de Miss Brasil, em 1954, numa iniciativa dos próprios *Diários Associados*.

Essas foram as primeiras imagens assistidas pelos moradores de Fortaleza em televisão, com direito a intervalos comerciais. A esse respeito, o depoimento de Eduardo Campos²⁷ relata o seguinte extrato de memória:

(...) No meu modo de entender, quando nós inauguramos a TV aqui, no dia se eu não me engano 26 de novembro de 1960, talvez não tivesse mil aparelhos de televisão. Eu acho que eram uns quinhentos. Por aí assim. Não tinha mais do que isso não. Isso demorou muito, porque primeiro era a importação, era difícil. E em segundo lugar, os fabricantes do Brasil eram péssimos. Os aparelhos que fabricavam aqui, eles não prestavam, não tinham confiabilidade nenhuma. Inclusive nós importamos. Nós compramos de uma fábrica vários aparelhos para ceder aos amigos, inclusive para ceder às pessoas que se envolviam no projeto da TV Ceará. Esses aparelhos com pouco tempo as imagens estavam tortas, era um inferno, não tinha condição... Eu não acredito num impacto muito grande não neste tempo não. O que havia era uma curiosidade’ (Eduardo Campos, entrevista, 2005).

Em seguida, a *Caravana Associados* se deslocou para um jantar privado no Ideal Clube, enquanto a população se divertia com a programação na Concha Acústica da

²⁷ Eduardo Campos deu entrevista a autora em julho de 2005, em seu escrito na Ceará Rádio Clube, localizada na avenida Senador Virgílio Távora.

Universidade Federal do Ceará, que havia sido entregue à cidade no ano anterior, como mais um monumento referência no espaço urbano. Chamada de “Festa da Televisão”, mas com características de um show radiofônico de variedades, o evento tinha como atrações ver de perto como se faz tv, acompanhando os detalhes, além de números regionais, dança, música clássica e orquestra. Estavam lá o Coral do Conservatório de Música Alberto Nepomuceno, Ballet de Regina Passos, a Orquestra Sinfônica Henrique Jorge, a Orquestra da Ceará Rádio Clube, o Conjunto de Ivanildo, os artistas cariocas Carmen Dea, Gilvan Chaves e outros, e todos os astros da Ceará Rádio Clube, “a pioneira do rádio e da televisão no Ceará” (Jornal Unitário, 25.11.1960). Dando continuidade às festividades, no dia seguinte (27.11.60), no Náutico Atlético Cearense, aconteceu mais um jantar-dançante para o “staff”. Pode-se observar que dois dos eventos de inauguração aconteceram nos espaços que compunham o conjunto de clubes sociais que desfrutavam de maior prestígio na cidade, freqüentados praticamente pela “elite” e “fechados” para outros habitantes.

Ainda sobre a presença quase que dominante em número de políticos partidários na solenidade de inauguração da TV Ceará, vale destacar que é reflexo do cenário nacional, onde o crescimento inicial da televisão, a partir de 1950, pode ser atribuído ao favoritismo político, que concedia licenças para exploração de canais sem um plano pré-estabelecido (Mattos, 2002, p.37). Desta forma, as empresas de radiodifusão sempre estiveram sob controle oficial, mesmo antes do regime militar vigente entre 1964 e 1985. Até 5 de outubro de 1988, data da promulgação da Constituição Brasileira em vigor, era o Executivo quem detinha o direito de conceder e cassar licença e permissão para uso de freqüências de rádio ou televisão. Tal trajetória mostra que, no Brasil, as relações entre TV e estado estiveram imbricados desde o princípio da radiodifusão. O veículo acolhe uma cultura de fluxo contínuo – os produtos difundidos tornam obsoletos os de ontem, mas ao mesmo tempo é um instrumento informativo e ideológico, fazendo com que o Estado tenha em relação a ele um interesse particular.

A programação especial de lançamento da TV Ceará teve continuidade no domingo, dia 27 de novembro, entrevistando mais uma vez o Prefeito de Fortaleza, Cordeiro Neto, e em seguida, foi feita a primeira transmissão esportiva do estádio Presidente Vargas, com o jogo entre os times Ceará e Gentilândia. Depois vieram show com Gilvan Chaves e dois documentários realizados pelo Departamento Nacional de

Obras contra as Secas (DNOCS) e Governo do Estado, além de um guia poético e sentimental de Fortaleza, escrito por Guilherme Neto e lido por Mozart Marinho. Quem tinha acesso ao aparelho, pode também assistir um musical assinado por Ary Sherlock, cujo título era “*Na Batida do Xaxado*”. Mas a atração maior ainda estava por vir: “A Fúria dos Justos”, espetáculo realizado por Péricles Leal, calcado na peça “Os Deserdados”, de Eduardo Campos.

Mais um dia de expectativa foi a segunda-feira. Segundo Gilmar de Carvalho (2004, p.33), foram comprados horários pela Assembléia Legislativa e Câmara Municipal, bem como exibiram filmes, um recital da cantora lírica Teresinha Vieira, mulher de Péricles Leal, e a estréia de Augusto Borges como realizador na comédia “Lua de mel atrapalhada”, com Danúbio Bezerra, Karla Peixoto, Ângela Maria, Wilson Aguiar, Edésio Amorim, Sílvio de Castro, Edmilson Queiroz e Wilson Machado. De acordo com os jornais da rede *Diários Associados*, era uma programação movimentada e hilariante, com tema moderno e leve.

Na terça-feira, aconteceu a estréia do programa do Governo do Estado, completando assim o ciclo de apresentação dos poderes – o Legislativo Estadual e Municipal e agora o Executivo, já presentes na nova mídia tentando difundir seus posicionamentos. Percebe-se, então, os políticos tirando vantagens de um momento em que a população estava “ligada”. A exemplo do que já acontecia no Brasil, como eu disse anteriormente, os políticos cearenses logo souberam apreciar as novas potencialidades abertas pela tecnologia das imagens – certamente, não no sentido revolucionário ambicionado por Walter Benjamin (1996), mas para alcançar seus próprios objetivos.

Seguindo com a programação, logo depois, vieram Guilherme Neto interpretando canções de serestas, e o teleteatro “O Anjo”, de Eduardo Campos, com João Ramos, Maria José Braz, Karla Peixoto e Mozart Marinho. Para encerrar a programação deste dia, foi registrada a participação da Comédia Cearense com “A canção dentro do pão”, de R. Magalhães Jr., numa realização de Ary Sherlock, com supervisão de Haroldo Serra e B. de Paiva, que também integravam o elenco ao lado de Hiramisa Serra, Ary Sherlock, Edmilson Queiroz e Assis Santos.

O humorista Renato Aragão estreou na quarta-feira, com a “Comédia da Cidade”, dando origem assim ao futuro programa “Vídeo Alegre”. Para o elenco, foram escalados o próprio comediante, além de Wilson Aguiar, Karla Peixoto, Isis Martins, Neide Maia, Edmilson Queiroz, Edésio Amorim e João Holanda. Após o show de Carmen Déa, realizado por Ary Sherlock, apresentou-se um espetáculo com o elenco do Curso de Arte Dramática da Universidade Federal do Ceará: “A jangada não voltou”, com texto e direção de B. de Paiva, realização de João Ramos e no elenco Atualpa Frota, Roberto César, José Humberto, Gracinha Figueiredo, Iracema Pedrosa e Edílson Soares. Encerrada a programação de lançamento da primeira estação de TV do Ceará, inicia-se o desafio de trabalhar rotineiramente com equipamentos pesados e improvisações.

Como a energia na Capital era precária no atendimento às necessidades urbanas, havia queda constante nas transmissões, com bairros inteiros ficando às escuras. Até então, a iluminação pública era deficiente e com frequência aconteciam cortes em toda a cidade. Com o espírito “pilhérico” do cearense, as falhas no sistema de iluminação viraram marchinha na criatividade de Moreira Filho e Irapuan Lima:

Falta de luz é bom pra namorar
Mas depois disso nem é bom pensar
A usina lá do Mucuripe
Todo mês tem gripe
Não quer mais funcionar
Que jeito se pode dar
Se a bichinha come tudo
Come até peixe do mar
Se toda noite esse escuro vem
Muita gente bem
Vai ter que casar.
(Pontes, 2005, pp. 75-76)

Além de marchinhas, o sistema de eletrificação motivava protestos. Segundo o professor Gisafran Jucá (2003, p.121), em janeiro de 1960, cem operários da fábrica “Ceará Industrial”, voltada para a fiação e tecelagem, organizaram manifestação contra o regime freqüente de cortes de energia. Munidos de faixas – “Precisamos trabalhar”,

“Queremos energia” e “Energia particular”, os trabalhadores demonstravam suas insatisfações e o receio em perder o emprego por conta desse problema.

Coincidência ou não, no mesmo ano de inauguração da TV Ceará, começam os trabalhos de reforma na rede elétrica de Fortaleza, com a chegada de uma linha de alta tensão de 6.000 volts. Mesmo assim, a Usina do Mucuripe, que tinha o reforço das Usinas do Passeio Público e do Meireles, não dava conta de atender a demanda de uma cidade em crescimento populacional. Os problemas persistiram ao longo da década de 60 e quando eram feitos os reparos no sistema, os moradores ficavam sem abastecimento durante horas. Reportagens publicadas nos jornais²⁸ chegaram até a sugerir que fosse adotado um modelo de racionamento somente em relação à iluminação pública, para que os domicílios não fossem tão prejudicados.

Devido a mediação do Governo Federal, neste mesmo ano, foi firmado o convênio entre a Prefeitura Municipal e a Chesf, mas a inauguração do sistema de fornecimento de energia, oriunda de Paulo Afonso, só se efetivou em 1965, durante o Governo de Virgílio Távora. Pode-se constatar, então, que, apesar dos desejos cosmopolitas, problemas básicos povoavam o dia a dia dos moradores de Fortaleza. É mais um exemplo da defasagem entre o projeto modernizador e as condições materiais para realizá-lo.

No contexto brasileiro, a televisão chegou à Capital do Ceará 10 anos depois da inauguração da pioneira emissora do País. As primeiras imagens da televisão brasileira foram transmitidas no dia 18 de setembro de 1950, em São Paulo – que já era o maior centro comercial e industrial do País -, pela TV Tupi, Canal 3, constituindo-se na primeira estação de televisão da América do Sul, segundo Sérgio Mattos (2002, p.79). Comenta-se que, quando pensou seriamente na possibilidade de instalar a televisão no Brasil, Chateaubriand contratou os serviços de uma agência de publicidade para fazer o levantamento minucioso das condições mercadológicas. Ele queria saber se tínhamos condições efetivas para absorver um veículo tão caro, dispendioso e complexo naquele momento. Os pesquisadores – americanos, ao que parece – concluíram que ainda não

²⁸ *O Povo*, 18 de março de 1960, p.5; 19 de abril de 1960, p.13; 2 de maio de 1960, p.8; 20 de junho de 1960, os. 2 e 8; 20 de dezembro, p.2. *Unitário*, 11 de outubro de 1960, p.8.

era tempo, porque o mercado era acanhado e, ainda por cima, a televisão estava engatinhando no exterior.

Respaldo pelo império jornalístico sob seu comando, Chatô ignorou o resultado do trabalho dos pesquisadores e encomendou os equipamentos à RCA americana e, mais uma vez, deixou sua marca de pioneiro. Logo após, vieram as emissoras dos *Diários Associados* no Rio de Janeiro (1951), Porto Alegre e Minas Gerais e depois as do Nordeste: Bahia (19 de novembro de 1960), Recife e em seguida Fortaleza. Contando com as emissoras dos *Diários Associados*, em 1960, já existiam 20 emissoras de TV espalhadas pelas principais cidades brasileiras, entre elas, a TV Record e a TV Excelsior.

Além da questão geográfica, outros motivos devem ser considerados para entender esse percurso da instalação da TV pelo Brasil. Primeiramente, o veículo instala-se nos pólos economicamente mais desenvolvidos – o Sudeste do País, daí se expandindo para as maiores capitais brasileiras do litoral e só muito mais tarde para o interior do País. Sérgio Caparelli e Venício A. de Lima (2004) explicam que tal crescimento segue os meandros da expansão do capitalismo brasileiro, que vai se localizar em pólos formados por São Paulo e Rio de Janeiro em relação ao Brasil, e das capitais em relação ao interior. Seria improvável que ela pudesse seguir outra forma, visto seu caráter comercial e de financiamento pela publicidade.

Pelo mundo, em ambos os lados do Atlântico, até a década de 1930, a palavra “experiência” estava sempre atrelada quando se mencionava a televisão. De acordo com Peter Burke (Briggs e Burke, 2004, p.238), a TV foi apresentada publicamente na Feira Mundial de Nova Iorque, em 1939. Somente dois anos depois, a NBC e a CBS, iniciaram algumas transmissões de televisão, limitadas e em horários definidos. Em meados de 1950, a CBS já tinha afiliadas em Havana, na cidade do México, em Porto Rico e em 20 cidades canadenses.

No Japão, a NHK introduziu a televisão em 1953 e foi seguida, no mesmo ano, pela primeira estação comercial. Segundo Burke, as ruas de Tóquio fervilharam quando milhares de pessoas se reuniram para assistir à transmissão ao vivo de uma luta. Cinco anos depois, um casamento real japonês teve impacto tão grande para os telespectadores

quanto haviam tido as bodas reais britânicas: um milhão de aparelhos foram vendidos. E ele acrescenta: “naquele ano de 1958 alguém disse que o Japão estava se tornando tão obcecado pela televisão quanto os Estados Unidos”. (Idem, ibidem, p.245)

Marcas da improvisação

Se no Ceará a instalação da estação de TV foi à base de improvisações, mesmo depois de uma década de funcionamento no País, na estréia da Tupi, então, foi à base do famoso “jeitinho brasileiro”, marcando assim o início de nossa televisão. Muitos autores contam que uma confusão tomou conta da emissora no dia da estréia porque três câmeras queimaram, provocando um atraso de 90 minutos na transmissão, o nervosismo foi generalizado, obrigando à improvisação. Outro fato pitoresco é que, pouco tempo antes da inauguração, o técnico americano Walther Obermuller, descobriu que não tinha sequer um aparelho de TV em São Paulo para receber as imagens que iam ser transmitidas, uma vez que o Brasil ainda não fabricava receptores. Segundo Fernando Morais (1994, p.500), Chatô disse para ele não esquentar a cabeça com aquilo, porque no Brasil tudo tinha solução. Então, ele telefonou ao dono de uma grande empresa de importação e exportação e pediu que trouxesse, dos Estados Unidos, 200 aparelhos de TV, no mais tardar em três dias. Quando foi informado sobre o processo de importação, que demoraria pelo menos dois meses, Chatô não titubeou: “Então traga de contrabando. Eu me responsabilizo. O primeiro receptor que desembarcar eu mando entregar no Palácio do Catete, como presente para o meu presidente” (Morais, 1994, p.501).

O plano ilegal deu certo. Assim, a Tupi instalou 200 aparelhos em lojas e bares da cidade, distribuiu metade entre os políticos, colocou outra no saguão dos *Diários Associados*, que iria receber uma multidão para ver a novidade. Em seu discurso, Chatô anunciou que “no cocuruto do Banco do Estado tinha sido instalada a antena que ia levar pioneiramente aos lares paulistas o mais subversivo de todos os veículos de comunicação do século, a televisão”. Fez também um agradecimento especial “ao alto espírito público e ao caráter benemérito das diretorias ali presentes”, as quatro empresas que haviam contribuído com dinheiro para o empreendimento, sob a forma de contratos futuros de publicidade, tais como Moinho Santista, Sul-América Seguros, Cervejaria Antarctica e Laminação Nacional de Metais.

A noite de inauguração foi encerrada pelos versos do hino composto pelo poeta Guilherme de Almeida, interpretados por Lolita Rodrigues e Vilma Bentivegna. A conferir:

Vingou, como tudo vinga
No teu chão, Piratininga,
A cruz que Anchieta plantou:
Pois dir-se-á que ela hoje acena
Por uma altíssima antena
Em que o Cruzeiro poisou,
E te dá, num amuleto,
O vermelho, o branco, o preto
Das contas do teu colar,
E te mostra, num espelho,
O preto, o branco, o vermelho
Das penas do teu cocar.
(Morais, 2004, p. 504)

Meses depois, os aparelhos de TV podiam ser encontrados nas lojas por um preço três vezes maior que o da mais sofisticada radiola da época, pouco menos que um carro popular (Mattos, 1982). Além disso, não existia nenhuma indústria de componentes para os televisores no País, até mesmo válvulas eram importadas dos Estados Unidos.

Os moradores de Fortaleza também enfrentaram o mesmo problema quando da inauguração da TV Ceará, frente ao pequeno número de aparelhos, como já foi dito por Eduardo Campos e Rômulo Siqueira, bem como pelas notícias dos jornais (ver quadro I com número de aparelhos no País). Podemos afirmar até que, nos dois primeiros anos, a televisão era um objeto de luxo das elites do Ceará, assim como aconteceu com o videocassete no final da década de oitenta, depois com o DVD e o computador, que na década de 90 passou a ser o equipamento mais desejado das famílias.

Número de televisores em uso no Brasil

Quadro I

Ano	Aparelhos
1950	200
1952	11.000
1954	34.000
1956	141.000
1958	344.000
1960	598.000
1962	1.056.000
1964	1.663.000
1966	2.334.000
1968	3.276.000
1970	4.584.000
1972	6.250.000
1974	8.781.000

Fonte.: Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletrônicos (Abinee)

Como já foi citado anteriormente, a televisão brasileira começou com apenas 200 aparelhos. Como em 1951, o País passou a fabricar equipamentos da marca Invictus, a quantidade de TV's em domicílio deu um salto significativo, acontecimento que facilitou, inclusive, o acompanhamento por parte dos telespectadores paulistas da primeira novela brasileira – “*Sua vida me pertence*”, escrita por Walter Foster. Mas o crescimento no número de receptores começa a crescer significativamente a partir de 1964, quando o Presidente João Goulart foi deposto por um golpe de Estado. Os veículos de comunicação de massa, principalmente a TV, passaram então a exercer o papel de difusores da ideologia do regime militar, bem como da produção de bens duráveis e não-duráveis. Mattos destaca o seguinte:

Depois de 1964, as indústrias eletrônicas produziram um grande número de aparelhos de TV para atender ao crescente mercado interno. A venda de televisores preto e branco aumentou 24,1%...Em 1968, o governo introduziu uma política de crédito que permitia adquirir-se um televisor em 12, 24 ou 36 meses. O número de telespectadores aumentou, enquanto as emissoras se convertiam simultaneamente no veículo publicitário

nacional através do qual as indústrias poderiam anunciar seus bens de consumo. (2002, p. 89)

No Brasil, durante os 21 anos de regime militar (1964-1985), o Estado exerceu papel decisivo na regulamentação e no desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, e em particular, nos meios de transmissão, adotando tecnologia mais sofisticada para o sistema de telecomunicação nacional. Foram instalados satélites e linhas de microondas, possibilitando transmissão de qualidade em todo o território nacional. É também neste período, correspondente à segunda etapa do desenvolvimento da televisão, no dizer de Mattos, que a televisão adota os padrões de administração norte-americana e torna-se mais profissional, deixando de lado o clima de improvisação dos anos 1950.

Nesta fase populista, o controle do Governo sobre os conteúdos nos meios de comunicação poderia ser observado tanto na mídia impressa como na eletrônica. Mas, nesta última, a intervenção foi mais direta e evidente, porque as estações de rádio e TV operam a partir da exploração de canais concedidos pela administração federal, podendo ser cassado em qualquer ato que viesse a desagradar, enquanto os jornais impressos precisam apenas de um simples registro.

Número de emissoras de TV outorgadas por anos (1956-1989)

Ano – Período de governo	Presidente	Número de concessões outorgadas
1956-1964	J. Kubitschek 1956-61 Jânio Quadros 1961 João Goulart 1961-64	14
1964-1969	Castelo Branco 1964-67 Costa e Silva 1967-69	23
1969-1974	Emílio G. Médici	20
1974-1979	Ernesto Geisel	47
1979-1985 1979	João Baptista Figueiredo	07

1980		04
1981		11
1982		08
1983		04
1984		12
1985-1990	José Sarney	
1985		22
1986		14
1987		12
1988		42
1989		-

Fonte: Ministério das Comunicações.

Imagens em casa

Entre os moradores que observavam a movimentação em torno da radiodifusão no País e, particularmente, no nosso Estado, estava Otacília Verçosa²⁹, nascida e criada no Mucuripe, filha de pescador, que vivenciou com toda a intensidade o “burburinho” da chegada da televisão ao Ceará, aquela mesma que comprou ações para a instalação da TV Ceará (ver primeiro capítulo). Conhecida como “dona” Tatá, ela está hoje com 78 anos de idade e recorda com orgulho desse momento:

...Na mesma época que foi inaugurada a luz, chegou a inauguração da televisão. Aí foi um sucesso porque o povo não era acostumado com televisão. Quando via uma pessoa na televisão andando, assim, frente com a televisão, ficava com medo porque pensava que aquela pessoa ia sair de dentro do aparelho. Era muita gente inocente naquela época... Então, a gente ficava assim (faz o gesto de como tivesse impressionada com a novidade). Via tanta coisa bonita! Era empolgante ver a televisão. Foi um sucesso a inauguração pra muita gente que não conhecia nada na vida e nem sabia pra onde é que ela ia. A televisão trouxe o sucesso, o crescimento do Brasil inteiro. Eu fui para a solenidade da Concha Acústica porque escutava na rádio a propaganda chamando para a gente participar da inauguração da TV Ceará. Eu estava ansiosa para ver o rosto dos artistas do rádio, porque muitos eu só conhecia pela voz...Então, eu acho que a televisão foi tudo, tudo, tudo, tudo na vida. Foram duas coisas que eu achei muito importante na vida: a televisão e o Cordeiro Neto ter

²⁹

O depoimento foi dado à autora em entrevista realizada em julho de 2005

feito a construção da avenida Beira Mar, porque a televisão trouxe sucesso e a avenida Beira Mar também trouxe sucesso e o crescimento que está aí, os prédios. (“Dona” Tatá, Otacília Verçosa, entrevista).

As narrativas da entrevistada vão ao encontro de outras fontes de pesquisa sobre o ano de inauguração da televisão e o reforço, não a inauguração propriamente dita, como ela se referiu, no sistema de energia elétrica de Fortaleza. Esse fato já nos leva a pensar na falta de sincronia entre desenvolvimento, que chega tardiamente, e consumo contemporâneo. Como ter uma emissora se a carga de energia não é suficiente nem para iluminar a cidade, como vimos anteriormente? A explicação pode estar no desejo de novidade, principalmente a televisão, que, mais do que qualquer outra mídia, poderia moldar a superestrutura cultural do futuro, motivo do fomento do descompasso. Dispor de mais “coisas” no mundo, o que, com a propaganda iria se tornar uma preocupação nos anos seguintes, dependia do avanço da tecnologia.

Com muito sacrifício, “dona” Tatá conta que logo em seguida comprou um aparelho de TV à prestação para a casa onde morava com os pais, constituindo-se assim, numa exceção entre a “elite” que comprava o eletrodoméstico, considerado “caro” na época, como já foi ressaltado anteriormente. Ela relata que trabalhava como auxiliar no gabinete do então prefeito Cordeiro Neto e tinha acesso às informações referentes à chegada do veículo à Capital. A depoente habitava numa área da cidade onde a praia ainda era vista como uma espécie de “quintal” da residência dela, uma vez que a inauguração da avenida Beira-Mar só ocorreu em 1963, culminando no final da década posterior com a construção do calçadão, como descreve Dantas:

“De uma praia ocupada por veranistas (crônicas mencionam a existência de pequenas chácaras nesta praia. Conforme Cordeiro Neto (1964), elas eram praticamente interditas à população, sendo quase privadas dos moradores) e pescadores (entre eles os expulsos da praia de Iracema e os proprietários de pequenos bares e restaurantes que, segundo Mello (1953), encontravam-se misturados à praia, com suas jangadas e coqueirais), a Beira-Mar afirma-se após os anos 1960, como lugar de encontro da sociedade e da habitação da população abastada. Em substituição à Praia de Iracema, estabelecem-se, na Beira-Mar, residências para a elite, prédios comerciais, bem como serviços diversos” (Dantas, Mar à Vista. Estudo da Maritimidade em Fortaleza, p.61).

É curioso observar que, apesar da orla marítima já se integrar à dinâmica urbana, o mar ainda não possuía o nível de valorização que passa a desfrutar a partir de 1960. Os clubes que se instalaram na área não interagiam com o mar, se voltando exclusivamente para dentro de suas instalações, com atrativos intra-muros. Mas para “Dona” Tatá e os vizinhos pescadores, o banho “salgado” já se constituía como diversão, principalmente as crianças. Hoje, como coordenadora de uma associação de 500 idosos pobres do Mucuripe, ela evoca o passado, fazendo emergir sutilezas surpreendentes do cotidiano com a televisão:

Botamos dois bancos bem grandes na entrada que era para caber todo mundo na hora de assistir a televisão. Nesse tempo, aqui no Mucuripe tinha o pastoril do finado José Jacinto, que era conhecido como Zé Taié. Aí eu dizia pra ele: Zé, leva o pastoril lá pra casa porque como tem muita gente na TV, vai ter muita gente também pra assistir o pastoril. (Idem)

Até hoje, o Pastoril integra o ciclo das festas natalinas do Nordeste, principalmente nas pequenas cidades e na zona rural. No Ceará, essa manifestação poderia ser apreciada com frequência na Fortaleza da década de 60, diminuindo posteriormente as apresentações, mas resiste ainda na região do Cariri, onde é conhecida como lapinha. Da referida apresentação, o povo participa ativamente, com suas estimulantes interferências, imprimindo ao espetáculo formas diferenciadas de movimento, não se comportando apenas como passivo expectador, a exemplo do que acontece com os concertos eruditos. O público bate palma, assovia, vaia e conta piadas. A característica maior é que um grupo de pastoras faz parte do corpo principal, o qual é dividido em dois cordões: o azul e o encarnado. Os trajes eram saias rodadas, com fitas, e nas mãos, pandeirinhos ou maracás.

Como tema de estudo, a tradição tem ganhado espaço na história. Originalmente, a palavra teve um significado religioso: doutrina ou prática transmitida de século para século, pelo exemplo ou pela palavra. Mas o sentido se expandiu mesmo foi como elemento cultural presente nos costumes, nas artes, enfim, nos fazeres que são heranças do passado. Em uma definição mais simples, considerada neste trabalho, tradição é um produto do passado que continua a ser aceito e atuante no presente, com suas atualizações, visto num conjunto de práticas e valores de uma sociedade. Esse conceito tem ligações com outros, como o folclore e a cultura popular. Vemos, assim, que o termo possui muitos significados.

Na pesquisa em questão, percebe-se que as pessoas, nos primeiros anos da TV no Ceará, foram capazes de organizar a vida de tal forma que integrasse elementos da tradição com novas e modernas maneiras de viver. Quando “dona” Tatá se utiliza da televisão para atrair mais olhares para o Pastoril, há uma demonstração de que as tradições “evoluem” até como forma de disseminação ou de proteção. Neste sentido, a tradição aparece também para suportar a mudança social, pois nenhuma sociedade muda radicalmente. A esse respeito, John B. Thompson se posiciona:

A exposição à mídia não implica, por si mesma, nenhuma particular posição frente à tradição. Os meios de comunicação podem ser usados não somente para desafiar e enfraquecer os valores e crenças tradicionais, mas também para expandir e consolidar tradições. Não é difícil dar exemplos de como a mídia foi usada efetivamente no serviço da tradição, desde a difusão das bíblias impressas e dos livros de oração nos inícios da Europa moderna ao teleevangelismo de hoje (Thompson, 1992, p.172).

Entretanto, Thompson também diz que, se o desenvolvimento da mídia não conduziu à extinção da tradição, a transformou fundamentalmente, como foi visto no parágrafo anterior. A formação e a transmissão se tornaram cada vez mais dependentes de formas de comunicação que perderam o caráter face a face, com várias conseqüências. Entre elas, o autor cita a desritualização, a despersonalização e o desenraizamento ou deslocamento. Sobre esse último item, o pesquisador ressalta que, ao se tornarem mais ligadas aos meios de comunicação, as tradições se desvencilharam de seus ancoradouros particulares, fato que aconteceu com o pastoril do Zé Taié, quando saiu do local de origem para sustentar seu público ao lado de um aparelho de TV. A esse respeito, Thompson acrescenta: *“Em outras palavras, as tradições foram sendo paulatinamente deslocadas à medida que se tornaram mais e mais dependentes de formas mediadas de comunicação para sua manutenção e transmissão de uma geração para outra”*. (Idem, ibidem, p 173-174)

Como os pastoris faziam sucesso nesta época, os veículos de comunicação também usufruíam deles para interagir com o cotidiano da cidade. Os cronistas relatam fatos a esse respeito, a exemplo do programa da Ceará Rádio Clube que criou dois partidos de pastoris, o azul e o encarnado, rivalizados respectivamente entre os atores João Ramos e Antônio de Almeida e apresentados sempre com uma grande festa no

edifício Pajeú. Depois de duelos com palavras, saíam as pastoras cantando músicas reservadas para cada intervenção no programa, todas jovens da sociedade local. A população lotava o auditório para acompanhar as apresentações com palmas e batendo o pé no assoalho. A relação que o programa estabeleceu com os moradores pode ser resultado do que Nestor Canclini define como *jogo de ecos*, a circularidade do comunicacional e do urbano: o que vemos na mídia, reencontramos nas ruas, e vice-versa³⁰.

Indagada sobre a influência da televisão na disposição dos móveis no espaço físico da casa, dona Tatá responde com o seguinte comentário:

Incentivou foi a comprar o sofá, umas cadeiras, uma mesa, um fogão porque a gente cozinhava era a lenha, se acorava pra soprar, papelão e lenha. Aí houve o crescimento dentro de casa para o conforto da família por causa da televisão...Eu conhecia pescadores, pobres que precisavam, e eu nunca deixei de tá com a TV disposta à noite para eles assistirem a um filmezinho, qualquer coisa. Eu sempre ajudei a eles e eles sempre me ajudaram. (Otacília Versoça, entrevista)

Ou seja, a casa foi transformada pela chegada da televisão, bem como mudou a sociabilidade do bairro, tendo a televisão como elo, diferentemente do que se observa hoje. Vale ressaltar que a entrevistada residia num espaço de Fortaleza ocupado quase que exclusivamente pela população de baixa renda, característica semelhante a bairros como Pirambu, o cercado do Zé Padre, o Lagamar, Morro do Ouro, Varjota, Meireles e o Papoquinho, dentre outros. Então, as condições de lazer em locais como este, onde a pobreza estava estampada no cenário urbano, eram limitadas, ficando muitas vezes restritas a apreciar o andamento de algumas obras públicas, como a arrastada construção do Porto do Mucuripe. Esses moradores eram tão “excluídos” que, neste mesmo ano de 1960, o jornal *O Nordeste* anunciava que a Secretaria de Segurança Pública prometia afastar o meretrício do centro de Fortaleza, transferindo a rota da prostituição para as imediações do farol do Mucuripe, “*onde não residiam famílias de classe média que pudessem ser perturbadas com a vida noturna dos cabarés*”. (*Jornal O Nordeste*, 20 de maio de 1960, p. 4). Sem a diversão que a elite chamava de “decente”, os moradores do bairro encontraram na TV um lazer diferenciado.

³⁰ CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas*. Tradução Heloísa Pezza Cintrão e Ana Regina Lessa. 4ª. Edição. São Paulo: Editora USP, 2003, p. 290.

A compra da minha televisão deu muito o que falar no bairro. Eles diziam: vamos lá pra dona Tatá que ela é que é a rica, comprou uma televisão, é a televisão do Mucuripe. Ah, mas a rica tratava tão bem eles! Mandava fazer um cafezinho. Ô vai passar um filme, vai passar ao vivo, eles ficavam. Eram muitos, saiam uns, entravam outros. Era muita gente. O Mucuripe quase todo ia pra lá. Tinha dia que as cadeiras nem davam. Eu andei comprando umas cadeiras de madeira pra eles, fiz um alpendre bem grande. Aí fiz esse alpendre e enchi de cadeiras. Aí abria a televisão. Eram muitas palmas que eles davam. Á tarde, dia de domingo, era como se fosse assim um teatro, né, como o povo dizia! Eles assistindo televisão como se fosse um teatro, todos bem quietinhos. Então eu acho que foi muito bom, foi bom demais, né! (Otacília Versoça, entrevista)

Neste sentido, é importante fazer algumas considerações breves que, para este trabalho, tornam-se esclarecedoras, como por exemplo, a definição de bairro, segundo a *Invenção do Cotidiano 2* (1996) :

Ora, o bairro é, quase por definição, um domínio do ambiente social, pois ele constitui para o usuário uma parcela conhecida do espaço urbano na qual, positiva ou negativamente, ele se sente reconhecido. Pode-se portanto apreender o bairro como esta porção do espaço público em geral (anônimo, de todo o mundo) em que se insinua pouco a pouco um espaço privado particularizado pelo fato do uso quase cotidiano desse espaço. (De Certeau, Giard, Mayol, 1996, pág. 40).

Martín-Barbero (2003) reforça a perspectiva de bairro como lugar de (re) constituição das identidades. Para ele, o bairro proporciona referências básicas para a construção de um “agente”, de uma sociabilidade mais ampla do que a que se baseia nos laços familiares e mais densa e estável do que a que se baseia nas relações formais de trabalho. É justamente no espaço do bairro onde as classes populares estabelecem solidariedades duradouras e personalizadas. É nele onde “o pai de beltrano” e o “fulano da bodega”, uma vez pertencente ao bairro, podem ser reconhecidos em qualquer circunstância, independente de seu papel nas forças produtivas. Neste sentido, o depoimento de dona Tatá é elucidativo, quando diz que a casa dela ficou conhecida como “a da televisão”.

Esse tipo de narrativa, de boatos, é que mantém a relação dialética com a tessitura do cotidiano: à medida que são “fabricadas” por essas relações de intimidade, são elas próprias quem constituem as fímbrias do dia-a-dia, da sociabilização, das trocas simbólicas entre vizinhos.

A tagarelice e a curiosidade são as pulsões interiores absolutamente fundamentais na prática cotidiana do bairro: de uma parte, alimentam a motivação das relações de vizinhança e, da outra, tentam abolir sem cessar a estranheza contida no bairro. Quanto à tagarelice, é uma conjuração reiterada contra a alteração do espaço social do bairro pelos acontecimentos imprevisíveis que podem passá-lo (Certeau, Giard, Mayol, 1996, p. 51).

Por essas e outras perspectivas, os moradores do Mucuripe passaram a freqüentar coletivamente a casa de “dona” Tatá: apesar de estar num espaço privado, a TV é apropriada pelo bairro como um todo. O interessante é perceber também como existe nas entrelinhas da fala da “dona” Tatá uma convenção coletiva tácita, não escrita, mas legível por todos os que freqüentavam a residência dela, através dos códigos da linguagem e do comportamento. Não estava determinado em nenhum documento, mas “dona” Tatá diz que não admitia algazarra na hora que a televisão estava ligada. Era uma “repressão minúscula”, que podia ser percebida pelos gestos dela e um simples pedido de silêncio - toda transgressão se constitui imediatamente em objeto de comentário.

Já se percebe, então, que a TV teve um papel importante na modificação de hábitos logo após a sua instalação no Ceará, daí o motivo de surgimento da seguinte expressão: “*Com Henry Ford, a família saiu de casa. Com a televisão, a família voltou pra casa*”³¹(Simões e outros, 1986, p. 26). Neste sentido, vem à tona mais um questionamento: enquanto o aparelho receptor não se torna eletrodoméstico acessível aos grandes contingentes populacionais, os novos espaços eram de união ou apenas de reunião? Pode-se considerar tantos elementos de coexistência, como também de convivência. Como já havia na cidade o hábito de colocar as cadeiras na calçada para as conversas, a chegada do novo veículo, por mais forte estímulo que pudesse representar, não alteraria essa situação sem deixar marcas. Se o hábito de visitar e conversar há muito se estabelecera, a televisão surge para modificar a forma desses encontros. É mais um exemplo de composição híbrida entre o “novo” e o “velho”.

³¹ **SIMÕES**, Inimá F, DA COSTA, Alcir Henrique, KELH, Maria Rita. Um País no Ar: História da televisão brasileira em três canais. Editora Brasiliense, São Paulo, 1986. p. 26.

Voltando às narrativas de “dona” Tatá e dos demais depoentes, todos dizem que, antes da televisão, se informavam e se divertiam pelas ondas do rádio - era o meio de comunicação e de lazer que imperava no Brasil, principalmente na década de 50, como vimos no primeiro capítulo - mas quando a programação da TV Ceará entrava no ar, normalmente à tarde, eles desligavam “o velho companheiro” para se ligar nas imagens. Mas não há relato de abandono de uma mídia pela outra.

A partir das descrições dos depoentes, percebe-se que foi em 1960 que surgiram situações e figuras típicas de momentos de transição: “os televisinhos”, verdadeiras platéias que se formavam em torno da TV na casa de moradores mais “privilegiados”, desaparecendo anos depois, quando a aquisição do aparelho receptor é incentivada e facilitada pelos crediários. Parentes e amigos ficavam uma, duas e até três horas assistindo aos programas, com constantes quedas da imagem-padrão devido às falhas no sistema elétrico, mas ninguém desistia. O alfaiate Antero Ferreira Bezerra³², “seu” Tutuca, lembra da chegada da televisão com o seguinte comentário:

Eu tinha uma TV na sala de casa e aquilo causava uma movimentação danada. No comecinho da noite, quando tinha programação, as pessoas iam se chegando e se amontoando pela sala. Outros ficavam assistindo da janela. A TV ficava na sala, mas voltada para a rua, que era pra todo mundo ver. (Antero Ferreira Bezerra, entrevista, 2004)

A cena descrita acima se passava no bairro Jacarecanga, se constituindo na primeira residência da rua Adrianísia a adquirir um aparelho de TV, segundo relato de “seu” Tutuca. Com a chegada da televisão, a “casa”, então, passou a ser valorizada como espaço onde se inventam “artes de fazer”. Roberto DaMatta completa a afirmativa ao dizer que “a casa demarca um espaço definitivamente amoroso onde a harmonia deve reinar sobre a confusão, a competição e a desordem” (DaMatta, 1984, p.27).

É tanto que, para organizar os “televisinhos”, “seu” Tutuca diz que os mais velhos tinham direito a ficar sentados nas cadeiras, enquanto os mais jovens se ajeitavam no chão. Só o dono da casa podia mexer nos botões do aparelho de televisão, nesta época com imagem ainda de qualidade ruim. Para ele, o fato de ter a “família

³² O depoimento de “seu” Tutuca foi dado à autora em dezembro de 2004

aumentada” com a vizinhança, era motivo de orgulho, pontos que sobressaem muito mais em sua fala do que a “violação” do espaço doméstico, que quase sempre tem conseqüências em nível familiar, pessoal e local (bairro).

Jacarecanga e Benfica ainda poderiam ser considerados espaços elegantes da Capital Cearense, dada a trajetória considerada aristocrática até os anos 40. Esses dois bairros, inclusive, chegaram a se rivalizar em ostentação de construções que serviam de residência para as elites. No segundo, estava o palacete de José Gentil, onde hoje funciona a reitoria da Universidade Federal do Ceará, e, no primeiro, ficavam as casas copiadas dos modelos europeus, como a da família de Pedro Filomeno Gomes.

Foi nesse cenário que nasceu e seu criou “seu” Tutuca. No repertório memorial, ele destaca que, por volta de 1960, pegou o dinheiro que juntava, resultado dos ternos que fazia para os homens irem aos cinemas e bailes chiques de Fortaleza, para adquirir um aparelho de televisão em preto e branco³³. A casa de número 84 da rua virou então atração. A exemplo do que aconteceu no Mucuripe, rotineiramente, quando a programação entrava no ar, quase sempre à tarde, boa parte dos vizinhos se abancava nas poltronas e no chão para assistir à TV.

Era uma festa só, com muita gente junta. Eu tinha o maior gosto em fazer isso. Agora, eu também tenho o maior orgulho em dizer que nunca fui empregado de ninguém. Fazia ternos para os barões e com um diferencial, coisa que ninguém fazia na época. Eu ia até a casa deles com amostra na mão, eles escolhiam e eu fazia a roupa (Antero Ferreira Bezerra, entrevista).

O orgulho de “seu” Tutuca, como também de “dona” Tatá, tão presente nos depoimentos, pode estar relacionado também ao fato de que, o eletrodoméstico, naquela época, passava a impressão de um lar “bem-sucedido”, que partiu na frente no processo de acesso à modernidade. As narrativas orais deste trabalho também mostram que a televisão, nos seus primeiros anos de Ceará, surge como um elemento agregador, aglutinador de pessoas. O isolamento do indivíduo na massa anômica, separado, não se percebe no princípio.

³³ O televisor a cores entrou no mercado brasileiro em 1972, custando quase vinte salários mínimos na época, segundo Sérgio Mattos (1972). A primeira transmissão oficial foi a cobertura da Festa da Uva, em Caxias do Sul, no dia 31 de março do mesmo ano.

Nesta época, a Aldeota já se consolidara como o mais novo local preferido da burguesia que, segundo o historiador Gisafran Jucá, exercia a sua hegemonia nos diferentes setores da vida urbana (2000, p.40). Dentro do contexto socioespacial de Fortaleza, o bairro é delimitado pelas ruas Pereira Filgueiras e avenida Dom Luís, ao sul pela avenida Antônio Sales, e leste pela rua Frei Mansueto e pela via férrea Parangaba-Mucuripe e a oeste pela João Cordeiro, mas ainda hoje a denominação Aldeota ultrapassa o sentido de limitação geográfica para exercer, implicitamente, a idéia de um *status* social. A ocupação da área aconteceu de forma contínua a partir dos anos 40, chegando a 1960 como um local *chic* para moradia. Era lá que residia “dona” Stephania Monteiro Rocha Lima, que não tinha aparelho em casa no ano de inauguração da TV Ceará.

Eu me casei em 1939, com Paulo Braga da Rocha Lima e fui morar em outro Estado porque ele era militar e foi transferido. Voltei para Fortaleza em 1945. Tive sete filhos. Meu pai era fazendeiro e comerciante. Gostava de educar bem os filhos. Eu estudava inglês e francês. Então, ele morava ali perto da avenida da Universidade, perto da Reitoria da UFC. A televisão chegou primeiro na casa dele e a gente ia pra lá. Todos os filhos dele iam para lá e a casa ficava cheia. A gente tinha aqueles amigos mais próximos que também iam. Eles ficavam com a gente lá vendo televisão até umas nove da noite, quando todo mundo ia embora.

Se por um lado a TV aproximou, juntou as pessoas, por outro, foi motivo também de desejos, de objeto de consumo, muitas vezes frustrado pela falta de condição para adquirir o equipamento. No mesmo ano de 1960, a coluna “*Pôsto de Observação*”, de Ernesto Renan, publicada no jornal *O Nordeste* com o título “Televisor de Pobre”, relatava o seguinte acontecimento:

Um vizinho do Lima e Costa resolveu muito bem o problema de televisão. Quando os filhos e a mulher pediram-lhe que comprasse um televisor, ele, sem se alterar, mandou buscar a lanterna de pilha dentro do guarda-roupa, apagou as luzes da casa e focou a ‘bicha’ na parede dizendo: fiquem sabendo que isto é que é televisão de pobre. E há quem diga que a imagem ficou até melhor do que a da TV-Ceará, canal 2! (Jornal O Nordeste, 03/12/1960)

O texto do colunista trata do assunto em tom de brincadeira, mas travestido de ironia para com quem não tinha TV em domicílio, o que nos leva a observar que, por trás dessas palavras, existe uma informação a ser decodificada e compreendida. Os provedores das famílias deveriam sofrer pressão em casa para adquirir o aparelho, fato que, certamente, levava a desentendimentos. A mesma nota aproveita para criticar a qualidade ruim da imagem, que tinha problemas de recepção devido a má qualidade dos receptores.

A costureira Luci Cavalcante Marinho³⁴, atualmente com 78 anos, viveu dias de televisinha nos primeiros anos de TV em Fortaleza. Casada com um vendedor de loja, ela relata que a família não tinha condição de comprar o aparelho. Mas nem por isso ela ficava de fora do alcance da imagem e do som, simultâneos, com vozes cheias de personalidade e os mesmos quesitos de locução ouvida no rádio. No finalzinho de tarde, a também dona de casa tomava o rumo da residência do seu “Deusdete”, hoje falecido, o único da rua professor Costa Mendes, no Montese, a ter TV em 1961.

Eu não era muito de ir pras casas dos outros não, até porque sempre fui muito recatada. Mas confesso que não resisti aos comentários dos vizinhos sobre a programação e acabava indo pro seu Deusdete. Assim, ficava assistindo aos programas e conhecia outras pessoas. Era um divertimento de graça, ao contrário dos cinemas, que a gente tinha que pagar. (Luci Cavalcante Marinho, entrevista)

Em sua versão, o fato de ter que sair de casa para ter acesso ao novo veículo de comunicação na vizinhança, de alguma forma, causava constrangimento ao marido, o maior provedor da família. Embora ela não relate casos de conflitos verbais, o silêncio sobre a possibilidade de aquisição do aparelho já representava uma cobrança. *“Quando eu saía para assistir televisão nas casas alheias, ficava um pouco de mal estar, né! A situação não era de todo ruim porque muita gente estava na mesma situação”*.

Sobre a figura do televisinho, Inimá Simões (1986, p. 28) conta que, ele inspirou personagens da própria programação. Alguns *sketchs* ironizavam a sua existência, identificando-o com a sogra, com o visitante chato ou mesmo com o “pão-duro” que, queria economizar:

³⁴ A costureira Luci Cavalcante Marinho concedeu entrevista à autora, em outubro e novembro de 2.004.

O televisinho perde a inocência e, nesse sentido, a publicidade terá papel fundamental através de anúncios veiculados que provocam constrangimento ao insinuar que o televisinho traz mais problemas do que se imagina. Ele cria problemas para a esposa, para os filhos e, por fim, para si próprio, à medida que sua auto-imagem se deteriora. A solução vem através da ampliação do crédito ao consumidor para facilitar a compra do aparelho. (Simões e outros, 1986, p. 28)

No Rio de Janeiro, ainda de acordo com Inimá Simões, um comercial de TV se dirigia diretamente ao televisinho, concitando-o a refletir sobre a condição de inferioridade de seu filho perante as outras crianças. A solução seria comprar um aparelho receptor.

No início era o chamamento à participação na saga pioneira: ‘Não basta aclamar...é preciso comprar’, diziam os anúncios. Com o passar dos anos, a questão é atingir uma clientela mais ampla, setores não alcançados na etapa pioneira. A questão agora é vender para o público já seduzido pelo charme televisivo mas que ainda não possui o seu receptor. Mais tarde, já nos anos 70, a motivação é outra. Chega a vez do segundo aparelho em casa, instrumento decisivo para a harmonia familiar. Enquanto o marido assiste ao jogo de futebol, a esposa pode acompanhar as emoções de suas telenovelas prediletas (Idem, *ibidem*).

“Dona” Alice Montenegro de Miranda³⁵, 81 anos, residente até hoje na rua Machado de Assis, número 960, em Fortaleza, diz que saiu da condição de televisinha, quando ganhou a primeira TV, segundo ela, uma das primeiras do bairro Damas. Era 15 de setembro de 1961, ocasião em que comemorava aniversário de casamento e estava grávida do décimo filho, quando um rapaz bateu palmas na porta da casa dela para entregar uma encomenda, cercada de muito mistério:

Um dos rapazes que trazia o pacote disse assim: senhora, mandaram deixar aqui essa caixa lá da loja onde nós trabalhamos. Eu insisti dizendo que eles estavam batendo na porta errada, mas como vi que não adiantava muito, decidi receber. Pois não é que era uma surpresa do meu marido, uma televisão de presente pela data. (Alice Montenegro de Miranda, entrevista)

O depoimento da dona de casa relaciona dois eventos que marcaram momentos especiais na vida dela: a chegada do receptor, que acabou se tornando um

³⁵ ‘Dona’ Alice Montenegro de Miranda concedeu entrevista à autora por duas vezes, nos anos de 2004 e 2005.

acontecimento de domínio dos moradores da rua, e o aniversário de casamento, um evento restrito à família. Tal ligação me faz lembrar Eric Hobsbawn, quando ele faz o cruzamento entre o evento público e a pequena história individual.

Os acontecimentos públicos são partes da textura de nossas vidas. Eles não são apenas marcos em nossas vidas privadas, mas aquilo que formou nossas vidas, tanto privadas como públicas. Para este autor, o dia 30 de janeiro de 1933 não é simplesmente a data, a parte isso arbitrária, em que Hitler se tornou chanceler da Alemanha, mas também uma tarde de inverno em Berlim, quando um jovem de quinze anos e sua irmã mais nova voltavam para casa, em Halensee, de suas escolas vizinhas em Wilmerdorf, em algum ponto do trajeto viram a manchete. Ainda posso vê-lo, como num sonho. (Hobsbawn, 1995, p.14)

Voltando as narrativas de “dona” Alice, ela conta que o marido, o qual ficava a maior parte do tempo no interior porque tinha umas terras por lá, seguia o hábito de presentear a esposa com as novidades de utilidade doméstica que chegavam a Fortaleza, mesmo que tivesse de fazer crediário. Em 1953, a surpresa foi um rádio e, em 1956, uma geladeira. Por essa época, a popularização dos eletrodomésticos é que norteava o ideal de “vida moderna”, incluindo-se aí o sonho de ter uma televisão em casa, com toda a carga de sedução da imagem.

Quando não tinha televisão, eu ia assistir na casa da minha irmã, a Maria Julia, lá na avenida Tristão Gonçalves, onde ela morava desde 1943, porque ela tinha um aparelho muito bom. Eu tinha que me deslocar até lá e estava até grávida. Aí quando eu ganhei a tv aqui para casa, não precisar mais ir assistir na casa da Maria Júlia.

No início, dizia-se que as antenas de televisão eram símbolos de status, colocadas muitas vezes na casa só para fazer figuração, comportamento que pode ser considerado esdrúxulo, mas revelador do ponto de vista da imposição de valores de uma época, quando a idéia de possuir um aparelho de TV, junto com um automóvel, seria símbolo da modernidade, do progresso social. O que importava era, ao passarem na rua, as pessoas atentarem para um lar bem-sucedido, que saiu na frente no processo de acesso à informação. Recorro novamente ao depoimento do radialista Narcélio Limaverde³⁶, primeiro apresentador de telejornal no Ceará, para tornar mais viva essa discussão:

³⁶ O depoimento de Narcélio Limaverde foi dado no dia 5 de maio de 2006 aos estudantes de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da Faculdade 7 de Setembro, mais especificamente na disciplina de Telejornalismo I.

(...) E então, no começo era difícil. Depois, não. Foi ficando, foi aumentando, aumentando, e eu quando saía de casa de ônibus já ia olhando nos telhados das casas onde é que tinha antena de televisão. E aos poucos ia notando, e ia sabendo, que os televisores iam aumentando. Com isso, a gente começou, também, a ter uma maior penetração junto à cidade. (Narcélio Limaverde em entrevista aos alunos de Jornalismo da Faculdade 7 de Setembro).

Os relatos de experiências de vidas me ajudaram a avançar na direção de um desenho melhor dos traços relevantes de uma época, bem como atestar o que aconteceu com descrições que retratam um ambiente que encerra nele mesmo elementos reveladores da sociedade fortalezense. Apesar de saber que o presente age como um filtro e seleciona pedaços de lembranças recuperando-as do esquecimento, os depoimentos adensam a compreensão do período estudado, revelando uma atmosfera que dificilmente seria captada a partir de um olhar mais macroscópico. Ao trabalhar com os testemunhos dos atores sociais, percebi o passado descrito, muitas vezes, de uma forma nostálgica, uma vez que a memória se atualiza sempre a partir de um ponto do presente, como já bem ressaltou Halbwachs em seus ensaios clássicos sobre a memória coletiva.

A partir do entrelaçamento de fontes, pode se dizer que o veículo TV teve uma função importante como agente transformador em relação às práticas de lazer da Capital do Ceará, contribuindo para a atomização, para o “enclausuramento” das pessoas e dos vizinhos nas casas, em contraste com a tradicional interação social externa que predominava na cidade. Sobre esse assunto, veja o comentário do professor e arquiteto Liberal de Castro referente a Praça do Ferreira, até nos primeiros anos de 1960, quando começa a perder a importância como principal ponto de lazer da cidade:

Não havia pois, à Praça, como resistir. Quanto à posição de pólo de lazer, tinha de entrar em concorrência com os clubes praianos, com a recém aberta avenida Beira Mar, com as próprias praias, a partir de então freqüentadas em massa pelas novas gerações: a condição de tribuna pública se esvaziara com a mudança das sedes do poder; quanto aos transportes urbanos, ia perdendo gradativamente a situação de centro distribuidor, com a remoção dos terminais para as praças periféricas, mais distantes, de maiores dimensões e contíguas às vias de saída do centro; o horário noturno sofria também a interferência da televisão, cada vez mais presentes no cotidiano...” (Castro, 1982, p.30)

Mas não demorou muito para que o moralismo por parte de alguns setores da cidade que começava a se liberalizar viesse à tona. A voz dissidente veio também do jornal *O Nordeste*, impresso editado pela Igreja Católica de 1922 a 1964, na tentativa de ocupar maior espaço político. Na edição de 22 de dezembro de 1960, o veículo saiu com a seguinte matéria na primeira página:

A TV cearense começa por maus caminhos: apresentação de cenas imorais e famílias indignadas – O maior perigo da TV é a facilidade com que penetra nos lares, levando até a intimidade familiar cenas de cunho indecentes e mesmo imorais. Infelizmente, a nossa TV não está fugindo a essa manifestação de atentado ao pudor. As reclamações contra esse condenável modo de proceder são as mais indignadas. Os dirigentes da empresa devem por isso tomar as providências que o caso está requerendo. Exibições de amores indecentes, apresentação de colóquios despidorados, frases não só maliciosas mas até ofensivas aos ouvidos de pessoas dignas vêm sendo lançadas ao ar e acolhidas inesperadamente pelos que desejam apreciar os programas televisionados. E o pior é que todas essas manifestações de atentados à moral e aos costumes são presenciadas por crianças e jovens, no caso os mais curiosos e os mais interessados pela novidade do cinema em casa”. (Jornal O Nordeste, 22/12/1960)

A revolta foi desencadeada por uma cena onde o ator Emiliano Queiroz teria dado um beijo em Glice Sales e um bombeiro entrava em quadro apagando as chamas de um incêndio diferente, um incêndio de amor. No dia seguinte, 23 de dezembro, o fato continuou ocupando o espaço mais nobre do jornal, a capa, publicando a defesa de Eduardo Campos, então Presidente da TV Ceará. Veja a íntegra da carta dele:

Referindo-se à notícia por nós divulgada sobre excessos nos programas da TV Ceará, recebemos atenciosa carta do nosso confrade Eduardo Campos, na qual assim se expressa: Ao impulso de um dever de ética profissional, vimos prestar-lhe, de bom grado, esclarecimentos que julgamos essenciais. Há mais de 15 dias, em um programa musical, dois figurantes, fugindo inteiramente ao que pedia o ‘script’ do programa que era apresentado, de maneira incorreta e desnecessária, beijaram-se em cena. Tanto pela leviandade como pelo desrespeito ao texto, que é sagrado para nós, para uma questão de ordem foram punidos e afastados da programação normal, o que prova que, mesmo antes de ter havido qualquer pronunciamento, já estávamos atentos pra o respeito que se deve ao público. Quanto à referência generalizada aos nossos pretensos programas indecentes, acreditamos, tenha o jornal agido com a melhor das intenções, mas ouvindo reclamações de pessoas que, com toda certeza, exageraram o julgamento. Aliás, em nome desse mesmo respeito que se exige de nós para o público, é que lutamos também para honrar os nossos funcionários e artistas, gente de boa inspiração cristã e moral, e que não se sentirá feliz em se envolver em cenas que os comprometam. Reconhecemos quanto é sério o serviço que devemos prestar à

coletividade e que, para respeitá-la, temos o dever de executar o nosso trabalho cada vez melhor. (Jornal Unitário, 23/12/1960)

Nesta véspera de Natal, uma das datas mais importantes para os católicos, quem ganhava destaque era a “*pendeng*” da televisão que, neste dia, dividia espaço na primeira página com o jogo do Palmeiras contra o Fortaleza, cujo placar foi de 3X1 para o time paulista. Como no dia 24 o jornal não circulou, o acontecimento voltou a ser tema de pauta no dia 25, desta vez com uma reclamação direta de um possível telespectador:

A família de Luciano Pamplona está também indignada com alguns programas da TV – Outra denúncia chegada ao Nordeste. Esteve, na manhã de ontem, na redação deste jornal, o nosso apreciado colaborador professor José Valdevino de Carvalho, que nos revelou que o conhecido engenheiro Luciano Pamplona e seus familiares, estão deveras indignados diante de certos programas atentatórios à moral, apresentados pela TV Ceará. Vai a presente denúncia encaminhada à apresentação (apreciação) do prezado confrade, doutor Manuel Eduardo Pinheiro Campos, digno diretor geral dos Diários, Rádios e Televisão Associados. (Jornal O Nordeste, 25 de dezembro de 1960)

Dirigido por Luís Sucupira, *O Nordeste* ocupou outras edições para discutir a temática da moralidade relacionada à TV, publicando inclusive a relação das famílias e cartas de leitores que ressaltavam indignados o incentivo à criminalidade. A contradição é que, um mês antes, o mesmo jornal anunciava a chegada da TV com euforia, destacando a importância do veículo para o desenvolvimento. A cidade que já se considerava moderna e progressista, pelo menos nos discursos do poder público e das elites no início dos anos 60, ainda deixava transparecer o entrecruzamento de tempos em que se percebem conflitos entre o antigo e o novo e a província e a metrópole. Embora a modernidade estivesse ligada a tecnologia, o que era visto como positivo, por outro lado, era combatida no que ela pudesse vir a ameaçar os preceitos morais.

As narrativas dos depoentes também vão ao encontro dessas temporalidades contraditórias. Ao mesmo tempo em que a sede da TV Ceará virou ponto de atração na área urbana, os atores e atrizes eram condenados caso viessem a ameaçar as regras de convívio social e de relacionamento entre os sexos. Guilherme Neto, então produtor da TV Ceará, atualmente com 80 anos, relembra que fazia parte da rotina do elenco sair

para merendar no botequim da “dona” Odete, quase sempre com a maquiagem no rosto, independente de ser homem ou mulher, até que um certo dia:

...Diziam que tinha muito baitola ali. A negrada chegava e dizia. Uma vez, sentei a mão num camarada acolá. Ele veio me chamar de baitola, sentei a mão na cara dele. Mas não era exatamente a cidade não. Era a turma que não queria televisão. O marido da Carla Peixoto, que era da televisão, um dia ele entrou num ônibus em frente a televisão. Os caras vieram e ficaram assoviando com esse negócio de baitola. Aí, ele sentou o bofete, deu uma surra em tudim que estava lá dentro. Ele e mais três...Nunca mais eles disseram uma piada...Eram estudantes, minha filha, estudantes abestados’. (Guilherme Neto, entrevista)

Esse é outro ponto de tensão que não pode ser desconsiderado, dada as reações agressivas que foram lançadas para o elenco por não terem “uma conduta condizente com os padrões morais”. Embora fizessem parte do mais novo olimpo da cidade, essas pessoas não estavam livres do caráter conservador ainda presente nas ações do dia-a-dia, ao ponto de serem “xingados” pelo fato dos homens saírem com batom nos lábios e pó no rosto, cenas que fugiam por completo das representações do masculino que então circulavam.



Pelas narrativas dos depoentes, observamos, então, que os conflitos registrados na Fortaleza dos primeiros anos de TV eram motivados muito mais por questões morais do que políticas. A possível inversão de valores, com transgressões de algumas normas de comportamento, se sobressaía mais do que as discussões sobre a importância do veículo no desenvolvimento econômico e na industrialização.

A partir de 1964, quando o Presidente João Goulart foi deposto por um golpe de Estado, os veículos de comunicação de massa passaram a ter o papel de difusores não apenas da ideologia do regime como também da produção de bens duráveis e não duráveis. As indústrias eletrônicas produziram um grande número de aparelhos para atender ao mercado interno, facilitando assim o acesso de muita gente ao produto. Em 1965, o número de aparelhos na Capital Cearense chegou a mais de 100 mil. Assim vai diminuindo o número de televisinhos, o rádio vai perdendo a sua força publicitária, inclusive acabando com os palcos-auditório.

Como diz Walter Benjamin, o fascínio exercido pelos meios de comunicação de massa só pode ser compreendido como um componente central do próprio desenvolvimento da modernidade. Ele se debruçou sobre a irrupção das tecnologias no cotidiano de seu tempo, em especial a fotografia e o cinema, como novas formas de perceber o próprio homem e o cenário urbano em que está destinado a viver. É na grande cidade que procurou identificar as imagens de sonho e “novidades”, materializadas sob a forma de mercadorias e moda, disposições e uso dos espaços, edifícios e vias públicas.

Em sua história da fotografia, Benjamin nota, com grande entusiasmo, que a redução dos prédios e das vias públicas às dimensões do fotograma foi uma maneira encontrada pelo homem moderno de poder abarcar sensorialmente, enxergar, absorver um mundo que escapava completamente ao seu controle, à capacidade perceptiva de seus sentidos. A máquina fotográfica permitiu ao ser humano captar um “valor mágico que um quadro nunca mais terá para nós”. Para ele, a tecnologia da imagem, tanto na fotografia como no cinema, e aqui eu acrescento a televisão, é um instrumento potencialmente capaz de ampliar o poder do homem de perceber a si próprio e de representar o mundo.

Apesar de toda a perícia do fotógrafo e de tudo o que existe de planejado em seu comportamento, o observador sente a necessidade irresistível de procurar nessa imagem a pequena centelha do acaso, do aqui e agora, com a qual a realidade chamuscou a imagem, de procurar o lugar imperceptível em que o futuro se aninha ainda hoje em minutos únicos, há muito extintos, e com tanta eloquência que podemos descobri-lo, olhando para trás. A natureza que fala à câmara não é a mesma que fala ao olhar; é outra, especialmente porque substitui um espaço trabalhado conscientemente pelo homem, um espaço que ele percorre

conscientemente. Percebemos, em geral, o movimento de um homem que caminha, ainda que em grandes traços, mas nada percebemos de sua atitude na exata fração de segundo em que ele dá um passo. A fotografia nos mostra essa atitude, através dos seus recursos auxiliares: Câmara lenta, ampliação. Só a fotografia revela esse inconsciente óptico, como só a psicanálise revela o inconsciente pulsionar. (Benjamin, 1996, p.94)

No início, a programação da TV Ceará valorizava o teatro, com a encenação de grandes clássicos da literatura, o que levou muitos telespectadores a classificar o meio como um “teatro cultural”, como veremos no terceiro capítulo deste trabalho. Durante os anos 60, foram exibidas grandes produções dramáticas ou ficcionais, com os cenários todos construídos nos estúdios, assim como era feito com outras produções. Sobre a questão, o então superintendente da TV Ceará, Eduardo Campos, faz o seguinte comentário:

As pessoas que trabalhavam na televisão conheciam literatura e levávamos literatura universal para o povo. Se não tivesse a programação de qualidade da TV Ceará, as pessoas no Ceará não tinham acesso a essas peças teatrais. Nosso estúdio era imenso. Chegamos uma vez a montar uma catedral lá dentro para encenar o Corcunda de Notre Dame (Eduardo Campos, entrevista)

Houve também espaço, no primeiro estágio da televisão cearense, para diferenças locais de conteúdos e estilo de programação, rapidamente perdidas quando as redes de televisão assumiram o comando, por volta de 1965. Essas diferenças foram diminuindo a partir do avanço tecnológico relativo ao desenvolvimento do vídeo-teipe.

Capítulo III

O desvendar do cotidiano com a chegada da tv

Toco a campainha. Nenhuma resposta. Mais uma, duas, três tentativas. Nada. Curiosa, decidi olhar pela fresta do portão e avistei “dona” Alice numa tarde de quinta-feira distraída em meio a duas televisões ligadas ao mesmo tempo, numa distância de menos de um metro uma da outra. Ela em um aparelho receptor e um dos 41 netos no outro. Percebi então que tinha de insistir com algumas “batidas” mais fortes para alguém ouvir os chamados. Até que a empregada doméstica veio e fez o seguinte comentário: “ah, a “dona” Alice tá lá na novelinha dela da tarde”. Ao me avistar, aquela distinta senhora se levanta e pede para organizar as cadeiras no alpendre para mais uma tarde de conversas no bairro Damas. Antes, ela faz um pedido à ajudante da casa: “Ô menina, me faz um favor, dá um banho naquela criança (a neta que estava com febre) com água quebrada a frieza”.

Desta vez, cheguei para a entrevista munida de um arsenal de mais de 100 fotografias de vários programas dos primeiros anos da TV Ceará, a grande maioria pertencente ao acervo de Gilmar de Carvalho, na tentativa de “atiçar” as lembranças dos depoentes a partir da visualização das imagens, como representação do passado. À medida que eu mostrava, “dona” Alice passeava lentamente o olhar sobre elas e, em alguns instantes, era como se “matasse a charada”: “Olha, esse é o Emiliano Queiroz, tão novinho; a Karla Peixoto tinha mesmo o cabelo bem preto e a sobrançelha fechada, me lembro demais deles na televisão”. Nos primeiros instantes, apenas ouvi as lembranças dos depoentes, sem interferências de perguntas, para num segundo

momento, colocar algumas questões a partir do que eles me diziam ao apreciar as imagens.

Cabelos brancos, unhas pintadas de vermelho, “dona” Alice sempre me recebia com muita atenção, a exemplo dos demais entrevistados, também revisitados por mim com as fotografias nas mãos. Mas por que retornar aos depoentes com as imagens? Durante as primeiras entrevistas, observei que a memória dos velhos sobre o início da TV em Fortaleza estava mais ligada ao universo da chegada do aparelho em casa, mesclados com os momentos da vida cultural e social, do que com a programação propriamente dita. Com a visualização das imagens, constatei que as lembranças sobre o conteúdo da primeira emissora foram reativadas.

Com todos eles, as fotos criavam um clima de alegria, atraindo inclusive olhares e comentários dos demais membros das famílias. Para os velhos, rememorar o passado parecia uma compensação pelo espaço que lhe foi retirado pela modernização implantada na sociedade atual, onde são tratados, na maioria das vezes, como peças velhas, sem serventia e, conseqüentemente, sem lazer, como diz o professor Gisafran Jucá (2003, p.20). O simples fato de ouvir os relatos era como incluí-los na dinâmica social, num estado de atividade.

A estratégia metodológica de ouvi-los a partir da visualização das fotos tem por base o que afirma Beatriz Sarlo (2007, p.57): “A intervenção é um jeito de forçar a memória espontânea daquele passado e sua codificação numa narração convencional, sobre a qual se exerce a pressão de um conhecimento construído no presente.” A memória espontânea é limitada por aquilo que o sujeito se permite ou pode lembrar, por aquilo que ele esquece, cala intencionalmente, modifica, ou pelo que ele tem vontade de falar naquele momento (Sarlo, 2007, p. 59). Neste sentido, as fotografias dos atores nos cenários dos primeiros tempos da TV no Ceará poderiam ter o efeito de um dispositivo que ativaria memórias específicas sobre o que me interessava observar.

Antes de me concentrar na análise dos depoimentos, acho válido discorrer um pouco mais sobre como pretendo construir este terceiro capítulo. A questão chave é investigar como a programação da primeira emissora de Fortaleza era assistida e recebida nas casas no período estudado, descortinando as estruturas do cotidiano ao

nível da organização domiciliar, familiar e das vizinhanças. Mas que programação era essa? Como não existe registro desse conteúdo em vídeo, recorri aos jornais analisados nesta pesquisa, às fotos da época, como disse há pouco, e aos livros de Gilmar de Carvalho (*A Televisão no Ceará*, 2004) e de Eduardo Campos (*TV Ceará – A Fábrica de Sonhos*, 1999). O desafio foi reunir todos esses fragmentos para formar uma narrativa historiográfica e, especialmente, tentar dar conta do que foi veiculado na época, na tentativa de “compreender” o que era visto nos primeiros tempos da televisão em Fortaleza.

Nesta pesquisa, considero o lazer e as formas de sociabilidade como elementos importantes no cotidiano, não me limitando apenas a observação da relação entre os depoentes e o conteúdo da TV assistida no passado. Neste sentido, me valem as considerações de Barbero (2003) para que a recepção seja observada tanto a partir dos lugares onde as pessoas consomem a programação, quanto dos espaços de sociabilidade nos quais estes receptores convivem. Isto significa observar as variadas maneiras de convivência entre os que assistem à TV, contextualizando a dinâmica cultural que os circundava na aproximação com os meios e as relações que vão além do contato mais imediato com as mensagens.

Quanto às fotografias, especificamente, como já dito, a proposta deste capítulo é usá-las como desencadeadora de memória e não como “evidência” do passado, embora algumas vezes estas fotografias pareçam confirmar depoimentos dados antes de serem vistas pelos entrevistados. As imagens que serviram de base para a retomada dos depoimentos não foram produzidas no momento em que as cenas televisivas iam ao ar. Trata-se de registros feitos para divulgação da TV nos jornais impressos, isto é, as cenas escolhidas para serem registradas pelas lentes do fotógrafo Leocácio Ferreira, eram aquelas consideradas representativas dos momentos considerados grandiosos do conteúdo exibido pela emissora. Para a elaboração da fotografia, criava-se um ambiente “ideal” esteticamente, selecionando o que havia de mais “gigante” e mais deferente dentro da programação.

Para chegar à constatação de que as fotos utilizadas por mim não davam conta da estética televisual da TV Ceará, me foi útil o alerta de Burke: *“Para utilizar a evidência de imagens de forma segura, e de modo eficaz, é necessário, como no caso de*

outros tipos de fontes, estar consciente das suas fragilidades” (Burke, 2004, p. 18). Portanto, o diálogo com a fonte, seja qual for ela, deve ser feito observando o contexto de sua produção, o que permite ler nas entrelinhas tanto dos depoimentos, quanto das imagens, pois tanto uns quanto outros são carregados de representações daqueles que os elaboram. Representações que não são estáticas, mas que se modificam a partir de muitas variáveis, entre as quais a relação com o presente.

Ainda para compreender melhor a terceira parte deste trabalho, percebi que seriam necessárias algumas explicações de ordem mais técnica. Faltam arquivos audiovisuais sobre a pioneira televisão cearense porque no período estudado não existia um equipamento que facilitaria demasiadamente a construção desta pesquisa: o vídeo-tape. Costuma-se dizer que ele é o divisor de águas na história da TV e o seu *debut* muda a lógica operacional do veículo, uma vez que todo o conteúdo poderia ser gravado, editado e arquivado, como já disse nos capítulos anteriores. Mas o que veio para possibilitar a guarda, desencadeou a desmontagem da produção local.

Antes disso, a programação da TV Ceará era feita ao vivo, com atores cearenses. Alguns pesquisadores dizem que o VT surgiu em 1962, mas no Brasil só se popularizou três anos depois. Com ele, foi possível levar imagens a pontos diferentes do País, quase simultaneamente. “Quase” porque era necessário o tempo de deslocamento das fitas em transportes – às vezes aéreos, às vezes terrestres, mesmo assim o clima de otimismo reinou entre o setor. Desta maneira, os programas produzidos no eixo Rio de Janeiro - São Paulo, chegavam a Fortaleza, Recife, Salvador e outras cidades brasileiras, no que podemos chamar de um prenúncio do “Brasil unido pela televisão”.

Com o vídeo-tape, as empresas não precisavam mais investir na encenação de conteúdo televisual específico para cada lugar, como aconteceu durante toda a década de 1950 e os primeiros anos de 1960. Estávamos em um novo “tempo”, em que as gafes na interpretação de textos perdiam espaço, porque o padrão técnico permitia o aprimoramento antes de ir ao ar, cortando os “defeitos”. Mas perdia-se a espontaneidade do improvisado.

Para se ter uma idéia mais clara sobre a vida na televisão antes do vídeo-teipe, recorro as palavras do ator paulista Moysés Weltman³⁷ à Funarte, em 1982, sobre a sua participação em “*O Crime Perfeito*”, uma história de meia hora toda emendada como se fosse uma peça de teatro. Segundo ele, se o participante tivesse que entrar em duas cenas seguidas com roupas diferentes, o jeito era se criar uma cena que às vezes nada tinha a ver com a história, para dar tempo dele trocar de roupa, exatamente nos moldes do teatro. O ator tinha que entrar como médico numa cena de hospital e já na seguinte comparecer à recepção vestindo o smoking. A saída, então, era entrar de jaleco de médico debaixo do smoking para depois, num canto do estúdio tirar a roupa de cima. O difícil era retornar a cena anterior em poucos segundos e voltar de jaleco de novo.

Se a precariedade técnica era a característica da época, ela encerra em si uma contradição. Como diz Renato Ortiz (1999, p. 97), a improvisação pode ser considerada pelo lado das dificuldades materiais, mas ela possui outra dimensão: a da criatividade. O advento de novas formas de produção, como no caso da TV, demandava dos profissionais que viveram o período uma imaginação capaz de suprir as lacunas técnicas. Imaginação que demandava das pessoas uma grande dedicação pessoal. Muitas vezes, com a programação encerrada, elas atravessavam a noite em ensaios. Guilherme Neto, nesta época Diretor de Programação da TV Ceará, sublinha o lado envolvente do trabalho, a tal ponto de dizer que não sabia nem o que acontecia na cidade: “*Olha, eu sou sincero. Eu não saía de dentro da televisão. Praticamente eu morava ali. Naquele tempo, a gente não tinha nem como sair para conversar na calçada*” (entrevista à autora em 10.01.2006.).

No Ceará, a televisão era em si um laboratório, onde os profissionais do rádio, acostumados a dominar o som, atiraram-se à maquinaria de imagens sem nenhuma experiência, apesar do curso de Péricles Leal, como já referido no capítulo anterior. Mesmo com todas as dificuldades, a declaração de Guilherme Neto mostra que o trabalho realizado era vivido pelos participantes de uma maneira intensa. Ainda pelo depoimento dele, dá para perceber uma distinção entre o “tempo da rotina”, necessário para a realização de qualquer trabalho, e um “tempo de dedicação”, mais profundo. Um “tempo denso”, que unia as pessoas numa atividade apaixonada, “quente”, feita na

³⁷

O depoimento foi publicado por Inimá F. Simões (1986, p.51)

precariedade das condições da época. É inegável que, a exemplo do rádio, a televisão abriu perspectivas para diversas experiências artísticas.

Antes de percorrer o caminho proposto, vou recusar das páginas seguintes o sentido de superficialidade que se costuma imputar aos relatos dos acontecimentos. Ao longo da escrita, busco relacioná-los com o cotidiano da cidade, como fiz nos capítulos anteriores. Uma abordagem que articula o fato e a cultura em que ocorrem, como nos indica Pierre Nora.

Fazer do acontecimento o lugar temporal e neutro da emergência brutal, isolável, de um conjunto de fenômenos sociais surgidos das profundezas e que, sem ele, continuariam enterrados nas rugas do mental coletivo. O acontecimento testemunha menos pelo que traduz do que pelo que revela, menos pelo que é do que pelo que provoca. Sua significação é absorvida na sua ressonância; ele não é senão um eco, um espelho da sociedade, uma abertura. (NORA, 1955, p.188)

Nora atribui especialmente aos meios de comunicação de massa o sentido histórico que caracteriza o presente da era contemporânea. “Nenhuma época se viu, como a nossa, viver seu presente como já possuído de um sentido histórico” (NORA, 1955, p.180). Nesta instigante abordagem, o autor constrói o caminho do que se costumou chamar de “acontecimento” e de que forma, em nome das permanências, ele foi aprisionado nas sociedades tradicionais pelos poderes instituídos, através dos ritos.

Não que não haja mais diferença entre o fato cotidiano e o acontecimento; mas sobre qualquer acontecimento no sentido moderno do termo, o imaginário de massa quer poder enxertar qualquer coisa do fato cotidiano: seu drama, sua magia, seu mistério, sua estranheza, sua poesia, sua tragicomicidade, seu poder de compensação e identificação, o sentimento de fatalidade que o acompanha, seu luxo e sua gratuidade. O imaginário pode, dessa forma, apropriar-se de qualquer fato cotidiano e fazê-lo atravessar, pelas mudanças de acontecimentos sucessivos, o cabo do acontecimento mais maciço, no momento mesmo em que a história faz sentir sua degradação em fatos cotidianos. (NORA, 1955, p.184-185).

Sobre o tema desta pesquisa, é interessante observar que, quando a TV surgiu, ela era difundida por um sistema de transmissão que atingia um raio de no máximo 100 quilômetros e ainda não existiam satélites para transmissão da programação. Por isso, a emissora de São Paulo era voltada para o público de São Paulo; a emissora do Rio de Janeiro era voltada para o público do Rio de Janeiro e, assim, sucessivamente. As condições técnicas não permitiam naquele momento a idéia de união de todo o território nacional, através das imagens de TV, como acontece nos dias atuais. Então, a programação de certa forma refletia o ambiente de cada local. A este respeito, Inimá F. Simões comenta o seguinte:

Não é ao acaso que muitos profissionais presentes à fase inicial da TV consideram a existência de uma história de televisão no Rio, outra em São Paulo, outra em Belo Horizonte e assim por diante, a despeito das características comuns. Existem as peculiaridades que só serão contornadas com o processo de desenvolvimento da TV em direção a um sistema de difusão nacional, que irá impor, na prática, um dialeto televisivo único, exprimindo uma ordem supra-regional (SIMÕES, 1986, p.35)

No caso da pioneira televisão cearense, foram três os pilares da programação: o rádio, o teatro e o modelo de TV já experimentado no Sudeste do País. O rádio transferiu profissionais e alguns formatos de programas, muitos com os mesmos nomes; o teatro levou a experiência da encenação ao vivo e parte de suas estrelas para compor o repertório da programação, e a TV feita pelos *Diários Associados* nos outros Estados, com uma programação mais “culturalista”, no sentido da difusão de uma cultura de elite, que perdurou por toda a década de 1950 e “pautou” o modelo adotado pelos primeiros conteúdos televisuais.

Para pensar o conceito de programa de televisão neste trabalho, recorro primeiramente ao conceito de Arlindo Machado para o gênero:

Programa é qualquer série sintagmática que possa ser tomada como uma singularidade distintiva, com relação às outras séries sintagmáticas da televisão. Pode ser uma peça única, como um telefilme ou um especial, uma série em capítulos definidos, um horário reservado que se prolonga durante anos, sem previsão de finalização...(MACHADO, 2001, p.27)

No entanto, a noção de “programa de televisão” tem sido bastante questionada nas últimas décadas, a exemplo de Raymond Williams (1979), que problematiza o conceito “estático” de “programa”, por considerar que, na televisão, não existem unidades fechadas ou acabadas, que possam ser analisadas separadamente do resto da programação. Assim, ele contrapôs um conceito mais “dinâmico”, denominado de “*fluxo televisual*”, em que os limites entre um segmento e outro não são mais considerados tão marcados como em outros meios.

Em todos os sistemas mais desenvolvidos de radiodifusão, a forma característica de organização e, conseqüentemente, a experiência mais característica, é a seqüência ou o fluxo. O fenômeno do fluxo planejado é, portanto, a marca talvez definidora da radiodifusão, seja como tecnologia, seja como forma cultural. (WILLIAMS apud MACHADO, 2001, p. 28)³⁸

Considero importante recuperar esta idéia de fluxo ao tratar da programação televisiva, porque a memória dos telespectadores sobre os primeiros tempos da TV costuma ultrapassar os limites entre os programas, ou inserir um dentro do outro, a ponto de confundí-los, o que faz com que não especifiquem um determinado programa, mas lembrem de aspectos soltos dentro da programação. Por exemplo, as pessoas podem lembrar da publicidade, de espetáculos ligados à religiosidade, do humor dentro da programação, mas nem sempre sabem exatamente onde foram assistidos.

Gêneros e usos

Tudo em funcionamento³⁹. No hall de entrada do prédio da Estância Castelo, se avistava a frase de autoria de Assis Chateaubriand: “*Tudo aqui é bem feito e feito com amor*”. Dali, poderia se chegar à sala de maquiagens, sanitários, sala dos realizadores, tráfego artístico, discoteca e sonoplastia, do lado esquerdo. À direita, ficavam os vestiários femininos, sala de ensaios de leitura, departamento de cinema e saleta para

³⁸ WILLIAMS, Raymond. *Television: Technology and Cultural Form*. Glasgow: Fontana-Collins, 1979, p. 86, apud Arlindo Machado p.28

³⁹ A descrição feita neste item segue o trabalho de Gilmar de Carvalho “A Televisão no Ceará: Consumo, Lazer e Indústria Cultural – 2ª edição – Fortaleza: OMNI Editora Associados, 2004.

guarda de adereços. Ao fundo do hall, uma porta dava para uma sala de espera que ligava os estúdios A e B.

No teto, estavam seis grades de iluminação. Cada uma com lâmpadas tipo panelões, sustentadas com cabo de aço para regulação manual de altura. Se toda a iluminação da TV Ceará fosse usada ao mesmo tempo, geraria calor de quase 60 graus, dos 70.000 quilowatts de luz. O grande portão do lado leste muitas vezes ficava aberto, até para evitar que o suor danificasse a maquiagem dos atores.

Voltando ao hall, uma escada à direita dava acesso ao segundo pavimento. Lá ficavam o escritório de engenharia, departamento de arte, sanitários e tráfego comercial. Nesse piso, também havia espaço para a sala de operações, com oficinas, transmissores e controles de vídeo. Num praticável alto, a mesa de cortes e áudio, tendo à frente os monitores e atrás a ilha de telecine. Um grande janelão de vidro dava uma visão ampla do estúdio A. Duas outras vidraças vazavam para a pequena cabine de locução e para o estúdio C, o dos comerciais, palestras ou programas de Câmera 1. As demais dependências do edifício eram destinadas à administração da empresa, com os escritórios, sala da superintendência e da direção comercial. É assim que Gilmar de Carvalho (2004) descreve o cenário físico para as produções de conteúdo da TV Ceará, cenário que Eduardo Campos denomina de “*A Fábrica de Sonhos*” (1999), título do livro onde as cenas aparecem em fotos.

Era daquele prédio que saía uma das maiores atrações da TV Ceará: o teleteatro “*O Contador de Histórias*”, que ocupou a grade da programação de 1960 a 1965. Patrocinado por J. Macedo, grupo empresarial cearense, o programa tinha como característica a interpretação de histórias com mensagens de conteúdo humano e social. Todo sábado à noite, o programa iniciava com um narrador no contraluz, prometendo mais uma história, sempre com adaptações para o vídeo de trabalhos ficcionais da literatura. Cronologicamente, o primeiro episódio teria sido “*A Fúria dos Justos*”, (ver foto) de Eduardo Campos, com realização de Péricles Leal, cuja primeira exibição aconteceu no final de 1960, com várias rerepresentações. Em casa, os telespectadores recebiam os sons e os tons em preto e branco – não se vivia ainda os tempos da televisão em cores – de uma história dos moradores da caatinga nordestina atingida pela chuva, num cenário construído pelos carpinteiros da televisão. Para dona Alice,

“...tinha um programa de noite, era esse *O Contador de Histórias* [olhando para foto do cenário], que o meu marido não queria que os meninos assistissem. Era meio assustador, aquela voz assombrosa, como se tivesse fumando um charuto...Os meninos que eu digo são os meus filhos, todos nascidos com a parteira Glorinha Pestana. Ele dizia assim: se você deixar é de teimosa, porque eu acho muito forte. Eu lembro que um dos meninos uma vez disse assim no meu ouvido: mãezinha, ele não quer por causa da esculhambação. Aliás, ninguém podia dizer nem essa palavra na frente do pai, porque era um palavrão mesmo. Esse programa trazia coisas boas, mas também trazia transtornos. Então, eu ficava com o cuidado de deixar eles assistirem só as coisas boas, mais leves.” (Entrevista à autora em 12.04.2007)



Pelas narrativas da depoente, percebe-se as especificidades que circundavam o cotidiano masculino e feminino. A mãe ficava com a tarefa de cuidar dos filhos e o pai teria a função de impor os limites na educação, com voz soberana, prevalecendo sobre os demais componentes da família, que não deviam poupar esforços no sentido de atendê-lo. Era uma época em que, a partir do casamento, o esposo passava a representar quase sempre o alvo central da ação da mulher, sempre voltada a cumprir as normas impostas pelos padrões vigentes. Em contrapartida, era ela que exercia o papel de coesão e de harmonização de forças múltiplas para evitar a desagregação. Pelas declarações, dá também para entrever que essas vivências no lar eram definidoras nas

relações da família com os programas de televisão, oscilando entre a permissão e a proibição.

Ainda sobre o comportamento das mulheres, as revistas voltadas ao público feminino destacavam conselhos e truques para as leitoras satisfazerem os maridos e preservarem o matrimônio. Os jornais também tinham a mesma postura, com seções destinadas às mulheres, como exemplifica a reportagem “Regras para a felicidade conjugal”:

“(…) Conserva a tua feminilidade se desejas conversar o amor do teu marido.
Mantém viva em teu marido a confiança em si mesmo.
Faze com que ele possa sempre acreditar em ti.
Ama o que ele ama, e evita entrar em aberto contraste com as preferências dele.
Sê a amiga, a conselheira, a consoladora, mas também a inimiga se ele estiver trilhando um mau caminho.
Não o oprimas com a ternura e conserva o equilíbrio nas tuas expansões.
Os homens apreciam os elogios: serve-te desta arma com amorosa inteligência.
Interessa-te pelos seus negócios, mas não queira saber tudo, saber demais. (...)”
(*O Jornal*, Fortaleza, 30 de julho, 1958).

“Dona” Alice é desta geração de mulheres, educada como nos padrões descritos acima. Embora surgissem conflitos entre a permissão e a proibição da audiência da programação, ela associa a televisão a uma dimensão querida de seu cotidiano, principalmente quando se refere no controle dos inúmeros filhos:

Era uma barulheira danada dentro de casa por causa dos meninos assistindo televisão, mas assim mesmo eu gostei porque as minhas crianças ficaram mais em casa, diminuindo a preocupação de quando eles brincavam na rua, muitas ainda só de areia. Com a televisão, os ‘bichim’ ficavam sentados no chão para assistir a programação e davam o lugar nas cadeiras para os mais velhos. Era bom demais aquela diversão dentro de casa. (Alice Montenegro de Miranda, entrevista à autora em 09.01.06)

Já na visão masculina, por exemplo, de “Seu” José Carlos, há uma recordação menos doméstica da relação com os primeiros tempos da TV em Fortaleza:

“...A verdade é que era muita gente dentro de casa à noite por causa dessa televisão. Mas os homens ainda iam para o bar do Beto, bater um papo com os amigos. Eu acho que a chegada da tv para os homens causou uma mudança sutil. As mulheres, aí sim, adoraram! Tinham as novelas, os teleteatros, os programas.” (Entrevista à autora em 15.06.2006)

É curioso observar que a relação dele com a televisão, principalmente as novelas, não é tão direta quanto a das mulheres. Por parte dele, há uma certa hesitação em revelar que assistia a nova mídia o suficiente para falar sobre ela. Parecia existir uma convenção de gênero que direcionava um conteúdo televisual específico para o público feminino e outro para o masculino, tipo “novela é coisa de mulher” e “noticiário é coisa de homem”, ainda presente nos dias de hoje para muitas pessoas que estão na faixa etária dos 70 anos em diante. Nas memórias de “seu” Tutuca, também surge um homem que no passado não tinha tanto tempo para prestar atenção na programação da emissora, porque vivia cheio de trabalho:

“...Eu trabalhava demais: era de manhã, de tarde e de noite com esse negócio de alfaiataria para atender só gente importante. Quando eu chegava em casa, era o povo assistindo à televisão e eu preocupado em separar os moldes para ir deixar para as costureiras. Eu tinha mais de 150 trabalhando pra mim. Eu ganhava muito mais de 20 salários mínimos.” (Entrevista à autora em 14.04.2007).

Observa-se como, na visão masculina, a televisão fica em segundo plano diante do trabalho, que era considerado o mais relevante no universo das preocupações e interesses dos senhores, os provedores da família, já que as mulheres em geral eram dedicadas “ao lar”.

Outro aspecto interessante a ser observado no depoimento de “seu” Tutuca é como a indumentária formal parece ter sido muito valorizada nos setores mais “sofisticados” de Fortaleza. Como os cinemas exigiam paletós na entrada e os bailes dos clubes sociais queriam a elegância dos seus freqüentadores, as costureiras e os alfaiates eram profissões muito procuradas. Entre os nomes famosos na cidade na década de 1950 e 1960, estavam “seu” Tutuca, que fazia principalmente roupas masculinas. Além

dele, as costureiras Dulcinéa Damasceno e outra identificada apenas como Antonieta eram bastante conhecidas. Um pouco depois, a lista ganhou nomes como Raimundinha Arruda, Carmelita Guedes e Edméa Mendes, segundo Mirtes Freitas (2005, p. 153).

Recordando esses tempos, “seu” Tutuca sempre destaca que seus clientes faziam parte da “alta sociedade”, inclusive citando uma lista de pessoas conhecidas como integrantes da *high society* da capital cearense. É como se os clientes conferissem *status* para o alfaiate ou para a costureira, mas no outro sentido, também emprestavam distinção a quem com eles se vestiam. Mas vale ressaltar que, pessoas simples, que não freqüentavam o universo social de Fortaleza, não teriam acesso a esses profissionais. Como ilustração, destaco abaixo um dos anúncios publicados no jornal “vendendo” os serviços de Dulcinéa Damasceno:

“ARTE DE VESTIR”

DULCINÉA DAMASCENO

Se encarrega de preparar noivas, misses, debutantes. A única modista especializada, “raffiné” que ensina etiqueta, desfiles, modas.

Av. João Pessoa, 3414

Fone: 151-31 (Jornal Correio do Ceará, Fortaleza, 2 de maio de 1960)

“Dona” Stephânia Monteiro Rocha Lima, que freqüentava os clubes *chics* da cidade, faz o seguinte comentário:

“...as coisas eram muito diferentes, eram mais recatadas para as mulheres, inclusive tinha menos momento fora de casa que dentro de casa, tinham as reuniões familiares, alguns clubes que eram pouco, mas que a gente freqüentava. E essa questão da moda sempre foi uma preocupação muito grande das mulheres cearenses...” (Entrevista à autora em 15.06.2006).

A forma de vestir-se “como manda o figurino”, para usar uma expressão corriqueira, era tão observada que, quando “*O Contador de Histórias*” iniciou o ciclo em homenagem ao cearense José de Alencar, a partir de agosto de 1961, veio logo a polêmica. A temporada “alencarina” foi aberta com a adaptação de “Lucíola” (ver foto), cujo elenco tinha João Ramos e Emiliano Queiroz vivendo os papéis mais importantes, ricos, num cenário ambientado no século XIX. Mas a grande repercussão na cidade deu-

se quando a atriz Jane Azeredo entrou para dançar em cima de uma mesa, provocando atitudes de reprovação por parte dos telespectadores mais “conservadores”, como diz Eduardo Campos. Na linguagem do *Unitário* da época, a cena chegou a um passo da escabrosidade.



A reação negativa em Fortaleza talvez tenha se dado porque o movimento da câmera sugeria a nudez da atriz. Subia e descia mostrando o corpo desnudo e escondendo o corpete e o short que ela vestia. A encenação chocou ainda mais porque se deu sob os olhares de vários homens numa cena de festim, como registraram as fotos de Leocácio Ferreira. A exemplo do primeiro beijo em cena, como vimos no capítulo anterior, o quadro era considerado “imoral”, principalmente por ela estar vestida fora dos padrões estabelecidos pelas convenções sociais para as “mulheres honradas”.

Se para a mulher o código moral era repressor, na Fortaleza da década de 1960 aos homens eram permitidos certos comportamentos, tidos como compatíveis aos seus instintos naturais. Para os rapazes, por exemplo, fazer sexo antes do casamento era encarado com normalidade, até como forma de preservar a virgindade das moças de boa família.

“Dentro desse raciocínio as ‘pensões alegres’ e os cabarés, seriam, por assim dizer, um ‘mal necessário’, já que se destinavam a satisfazer as demandas masculinas, ‘perfeitamente compreensíveis’, por divertimentos mais livres de controle. Além do viés sexual,

representariam tais locais, ambientes onde se praticava a dança. Aprendia-se a dançar no cabaré, para depois praticar, de forma comportada, no clube. (MIRTES: 2005, p. 60 e 61).

Mas percebe-se que, quando uma mulher se mostrava para o público fora dos padrões, constituía uma “novidade”, pois rompia com uma conduta segundo a qual os dois gêneros “...não são farinha do mesmo saco”. Naquela época, não era bem visto mulher tomar um café no abrigo ou nos balcões das cafeterias. Eram “coisas de homens”. A determinação de não assistir a “esculhambação”, como disse “dona” Alice anteriormente, reflete a idéia do pudor venerado, fortemente impregnado na sociedade da época. No entanto, é possível pensar que a questão não era de rompimento com a televisão que acabara de chegar, mas de selecionar o que era considerado “ideal” dentro da trajetória da família.

Como parte das comemorações do segundo aniversário da TV Ceará, foi lançado o *Festival de Reapresentações*, que contou com a participação popular para a escolha dos espetáculos a serem mostrados novamente. O polêmico espetáculo “Lucíola”, de José de Alencar, o mesmo que provocara reações negativas contra a atriz Jane Azeredo, foi o mais votado para abrir o ciclo. Esse pode ser um indicativo de uma cidade “moralista”, no sentido amplo de costume, “abrindo-se” para outras possibilidades, ou sinais de que havia grupos em Fortaleza mais receptivos às inovações, em contraposição ao que Eduardo Campos classificou de “conservadores”. As maneiras diferenciadas de agir refletem a variedade de comportamentos, mesmo em uma sociedade rígida, onde as normas de controle eram fortes. Não existe uma só lógica que abarque todas *as artes do fazer*, como diz De Certeau (1994). Além disso, as contradições nas formas de recepção da programação da televisão indicavam os sentidos das mudanças de costumes que se operavam na cidade, das quais as influências do novo veículo são vias de mão dupla, isto é, tanto refletiam, quanto geravam outros modos de vida na cidade.

Nas primeiras produções cearenses na telinha, a audiência era mais dimensionada por critérios empíricos do que através de pesquisa de mercado, como acontece nos dias atuais. As referências para medir a aceitação da TV na época eram relacionadas à quantidade de aparelhos em domicílio e à própria vibração dos atores para a realização de novos espetáculos. Ou seja, tudo era feito na base do *feeling*.

Quando a TV Ceará fez aniversário de um ano, pode-se dizer que “*O Contador de História*” era “sucesso” na cidade, que já tinha 6.000 televisores em funcionamento, segundo estimativas dos *Diários Associados*, o que correspondia a um público de aproximadamente de 30 mil pessoas. Sobre esse primeiro ano de televisão em Fortaleza, volto às memórias de dona Stephânia: “*à medida que foi difundindo e à proporção que a pessoa podia, todo mundo ficou com o desejo de possuir uma televisão. Acho que era o desejo de todas as famílias ter a sua televisão*” ((Entrevista à autora em 15.06.2006).

Os estímulos para o desejo podem ter surgido da própria televisão, que anunciava aparelhos à venda nas lojas de Fortaleza, contribuindo assim para atizar a sociedade de consumo e expandir bens e serviços de “luxo”. Somando-se a essa questão publicitária, o aparelho em casa oferecia vantagens que pareciam óbvias para os novos telespectadores. Ele só teria que “apertar” um botão para receber de “graça” no domicílio o teleteatro, o cinema, o futebol, o humor e as informações dos telejornais, que também estavam presentes na TV Ceará, como veremos mais adiante. Para completar, uma linha argumentativa em favor da TV começava a ganhar ecos na cidade: não precisava enfrentar filas, como no cinema, ou outros transtornos do mundo exterior, como reforça “dona” Stephânia.

“Eu não estou dizendo a você, minha filha...! A televisão a gente já tinha em casa. Pra ir pro cinema, a gente tinha que se arrumar, tinha que arrumar as crianças, tinha que gastar para pagar a entrada, tomar transporte porque naquele tempo nem todo mundo tinha carro. Tinha que apanhar ônibus para ir pro centro, voltar de ônibus. Aquela coisa todinha que era bom, mas era difícil. Com a televisão, prendeu todo mundo em casa mesmo...”(Entrevista à autora em 15.06.2006).

O que talvez muitos telespectadores não percebiam é que essa “gratuidade” não ocorria bem assim. Como diz Inimá F. Simões (1986), desde o seu surgimento, a televisão é vinculada a um intermediário fundamental, que é o patrocinador – empresa ou instituição que investe naquele horário e, assim, permite a veiculação das imagens. Muitas vezes, o anunciante se apresenta em aberto, principalmente na área varejista (alimentos, vestuários e eletrodomésticos), com mensagens suavizadas e eufemísticas,

sugerindo uma doação ao telespectador, com expressões do tipo “com o patrocínio de” ou “um oferecimento de”. Em qualquer que seja a situação, o público paga sim pelo que vê. Ao “subsidiar” horários na televisão, o anunciante repassa os custos publicitários para o preço final do produto e, em consequência, para o consumidor.

A declaração de “dona” Stephânia remete ao pensamento de Barbero (2003) sobre a família como espaço das relações *estreitas* e da *proximidade*, duas características do cotidiano privado que a televisão se apropriou. *Proximidade* porque o aparelho fica ali, ao alcance de todos, podendo ser desligado a qualquer momento, em oposição ao espaço cinematográfico dominado pela distância. Outra visão que a TV sustenta é aquela que produz a sensação de *imediatez*, que é outro traço que dá forma ao cotidiano. Ao contrário do cinema,

“na televisão, nada de rostos misteriosos ou encantadores demais; os rostos da televisão serão próximos, amigáveis, nem fascinantes, nem vulgares. Proximidade dos personagens e dos acontecimentos: um discurso que familiariza tudo, torna ‘próximo’ até o que houver de mais remoto e assim se faz incapaz de enfrentar os preconceitos mais familiares” (Barbero, 2003, p. 307).

Embora na época dos primeiros tempos da TV, a programação reproduzisse na grande maioria das vezes conteúdos de uma cultura de elite, os atores eram locais, próximos, muitas vezes conhecidos pessoalmente pelos telespectadores, o que também trazia esta idéia de “proximidade” à qual Barbero se refere. Se hoje a proximidade é dada pelo fato dos conteúdos reproduzirem situações do cotidiano vivido nas cidades, naquela época a TV, distante da “vida real”, estava próxima dos receptores pelas condições de sua produção.

Ritos eletrônicos

A influência da Igreja Católica

O fortalezense que tinha acesso à TV em 1962, pôde assistir logo no início do ano ao “*O Contador de História*” mais “apurado”, exibindo espetáculos com

cenografias caprichadas, como “Medo”, de Péricles Leal, e “Contrabando ao Pôr-do-Sol”, de Eduardo Campos, os dois autores mais frequentes nas adaptações para o novo veículo. Na Semana Santa daquele ano, uma das “sensações” foi a vida de Madalena dentro do espetáculo “O Preço da Paz”, de Alphonsine Bonaparte, com direito à reapresentação no sábado de aleluia. “Dona” Alice nos relata o seguinte:

“...Lá em casa só entrava o jornal *O Nordeste*. Então tudo que dizia respeito à Igreja era bom, como é até hoje. Quando tinha na televisão programação religiosa, e muitas vezes tinha, todo mundo podia assistir. Era lindo! Se fosse coisa que a Igreja não aprovasse, lá em casa não se falava. Era lei. Eu criei tanto esse hábito que até hoje escuto o terço na Rádio Dom Bosco todos os dias” (Entrevista à autora em 12.04.07).

Percebendo a importância das atividades religiosas dentro do contexto das práticas sociais da cidade daquela época, as emissoras de rádio de Fortaleza, já na década de 1950, faziam celebrações eletrônicas dos ritos religiosos, que ocupavam espaços generosos na programação. A Ceará Rádio Clube, por exemplo, tinha *A Hora da Prece*, com José Limaverde, que convocava as donas de casa para rezar a partir de novo fio condutor: a voz do locutor, gerando já uma nova forma de compartilhar as experiências coletivas religiosas.

Mas parece que mudança brusca mesmo nos ritos dentro de casa, quem provocou foi a televisão, como coloca “dona” Alice:

Antes da chegada da TV, a maioria das pessoas da família se sentava juntas para jantar. Depois, nós sentávamos para conversar na calçada e rezar o terço. Logo depois da TV, o terço ficou sem hora porque a gente queria era assistir aos programas. Era muito bom, mas dessa parte de prejudicar o terço eu não gostei não. (Alice Montenegro de Miranda, entrevista à autora em 12.04.07)

Pelo depoimento, percebe-se que o novo veículo causou mudanças na temporalidade da família que vai reordenar as vivências domésticas, a partir do momento em que a programação entra no ar. Os principais momentos ritualísticos da casa – como a “hora sagrada” das refeições, as cadeiras na calçada e o terço, são de certo modo desregulados pela novidade.

E se há um elo comum nos depoimentos prestados, este se refere à forte presença da Igreja Católica no cotidiano das famílias de Fortaleza, que tinham obrigações como as missas domingueiras, as novenas, as procissões e os terços, associada à influência da instituição na organização do dia-a-dia dos fiéis. Blanchard Girão (1998) diz o seguinte a respeito:

“A avenida do Imperador nos idos de 50 abrigava, em centenas de casas quase todas germinadas, famílias da classe média de Fortaleza que, pela vizinhança muito próxima, viviam de maneira quase fraternal daquele tipo de relacionamento íntimo, de visitas constantes, troca de favores costumeiros. (...) E no meio dessas famílias, mais fortalecendo os seus laços, estava a igreja de São Benedito, localizada entre as transversais Clarindo de Queiroz e Meton de Alencar. Na religiosidade típica dos tempos de antanho, a igreja de São Benedito, por seus responsáveis, os Padres Sacramentinos, além da Adoração ao Santíssimo e outras promoções, fazia realizar constantes festas e quermesses. No Natal, na Páscoa, no Santo Antônio, São João ou São Pedro, os padres não deixavam por menos: organizam quermesses, aproveitando os generosos espaços defronte e ao lado da igreja, decorando-os com bandeirolas coloridas, mesinhas para jogos de prendas e outros atrativos, dentre os quais um barulhento e animado leilão. As novenas e quermesses de São Benedito integravam o calendário festivo não somente do povo na área da Imperador e adjacências (Tristão Gonçalves, 24 de Maio, Princesa Isabel, Meton de Alencar, São Sebastião), mas de gente de outros bairros, todos atraídos pela animação característica dos eventos” (GIRÃO, data, p.123).

“Dona” Tatá também revela boa memória quando se refere às práticas religiosas no Mucuripe que, na década de 1960, recebia o padre José Nilson para tentar dar mais pulso no bairro que tinha fama de zona de prostituição.

“Naquele tempo, o nosso pai prendia demais. O meu, muito católico, não deixava assistir a tudo, não. Sabe aquela capelinha de São Pedro, lá na Beira Mar? Pois foi meu bisavô quem doou o terreno para construir. Olha, se uma moça se perdesse, seria a coisa mais horrível do mundo para a família. Às vezes, eu via umas coisas bonitas na televisão, um

beijo, mas não podia comentar na frente dele. Se fizesse isso, era escondido. Não era nem besta de perder a chance de assistir essas maravilhas (olhando para as fotos)”. (Tatá, em entrevista à autora em 02.04.07)

Este comentário surge para reforçar a idéia de que a vivência religiosa também era determinante na relação com o novo veículo. Filha de um pescador com fortes ligações com a Igreja do Mucuripe, ela se via na situação de comentar em casa apenas o que fosse um prolongamento das atividades permitidas por essa Igreja. No entanto, observa-se na fala dela que a Igreja não conseguia enfraquecer o interesse pelo novo veículo, e que as “moças de família”, davam novos sentidos àquilo que a Igreja considerava “pecado”, como o beijo na boca, neste depoimento considerado “bonito”, assim como as cenas de namoro, tidas como “maravilhas”.

O Contador de Histórias

Entre uma e outra encenação de peças de cunho religiosos, a TV Ceará chega ao mês de dezembro de 1962, envolto com o clima de festa, e opta em levar para o telespectador Gorki, com “Paixões Caretas”, “Manto Sagrado”, de Hildeberto Torres, e “Um Cântico de Natal”, de Dickens, numa adaptação e realização de Gonzaga Vasconcelos. Para brindar a chegada de 1963, os programadores da TV Ceará encenam Dostoievski e suas “Noites Brancas”, um espetáculo com assinatura de Augusto Borges. “Os Velhos”, de Coelho Neto, foi a atração seguinte, com realização de Guilherme Neto. Ary Sherlock também aparece na programação de janeiro daquele ano, com o teleteatro “Os Cegos”, enquanto João Ramos apresenta “Ressurreição”. Em fevereiro, “*O Contador de Histórias*” sai das noites de sábado e passa a ser apresentado às segundas-feiras, cujo horário foi inaugurado com “Sob o Céu de Paris”, de Hildeberto Torres, e “Rastros de Lama”, de Gonzaga Vasconcelos.

Mesmo com a mudança do dia de exibição, “*O Contador de Histórias*” se consolidou como um dos principais programas da TV Ceará. Os realizadores revezavam-se na preparação dos espetáculos, cumprindo um cronograma de trabalho rigoroso, para não deixar a emissora sem conteúdo audiovisual. Coesa, a equipe trabalhava com paixão e vivia a alegria de fazer televisão nas terras alencarinhas. Para os

atores que já estavam no terceiro ano de encenações para o vídeo, as dificuldades ainda eram visíveis, porque o “tempo” da televisão era outro. No teatro, os ensaios duravam meses a fio, o que possibilitava o elenco aprofundar os personagens, impregnar-se de sua “alma” até o momento da estréia. No novo veículo, o texto deveria ser decorado rapidamente e os ensaios, muitas vezes, se resumiam a uma repassada antes de ir ao ar. Surgem, assim, as primeiras indicações do ritmo de trabalho que o novo veículo imprimia, exigindo rapidez com perfeição. Um desafio!

A possibilidade de saber que era possível fazer televisão no Ceará parecia seduzir cada vez mais, a tal ponto que os profissionais aceitavam experimentar funções diferentes dentro do veículo. Na realidade, essa mobilidade interna se tornava necessária porque havia uma incipiência das especialidades no novo veículo. As funções eram diferenciadas, mas eram acumuladas pelas mesmas pessoas, o que demonstra, de certa forma, que as “profissões” não estavam ainda cristalizadas enquanto capacidades específicas. A “carreira” dos artistas reforça essa afirmativa: Guilherme Neto era cantor, diretor de programação, adaptador de textos e escritor de teleteatro, a exemplo de quase todos os outros. Porém, é assim que vem à tona outras vocações, como o ator Emiliano Queiroz, que se revela também como autor no final de 1963. Com o pseudônimo de E. Guimarães, ele assinou vários espetáculos, entre eles “São Paulo”, “Curra 23 horas”, “Amarga Ironia” e “Maria, a Branca”.

Em março de 1964 - após a apresentação de “Férias de Natal”, o mais recente trabalho de Emiliano Queiroz, e da transposição para a tv de “A Barragem”, de Guilherme Neto, os participantes recebem a notícia de que “*O Contador de Histórias*” sairia do ar. Seu espaço seria ocupado pelo “*Grande Teatro da TV Ceará*”, o que provocou espanto entre todos, segundo Gilmar de Carvalho. “Ela (a tv) que sempre se rebelara contra esse rótulo e que ao compartimentar atribuições e limites para o rádio, cinema e teatro estava contribuindo para dar um estatuto definitivo à tv, parecia ter caído no próprio laço que amarrava” (Carvalho, 2004, p. 101).

Mas não demorou muito para que “*O Contador de Histórias*” voltasse a ocupar a grade da TV Ceará. No dia 12 de maio, lá estavam novamente os espetáculos do teleteatro nas casas dos fortalezenses. Para marcar o retorno, a grande atração foi “Notre Dame”, cujo cenário custou um milhão de cruzeiros, com toda a carpintaria assinada por

Rinauro Moreira, feita na própria emissora reconstituindo o pórtico gótico de Paris. Ao se deparar com a foto, “dona” Alice se manifesta:

“Esse é o Notre Dame, não é? Vixe, eu me lembro que achei essa parte muito bonita. Para aquela época, era uma coisa boa demais, um espetáculo desse em casa, era bom demais. E eu me recordo que tinha filme também na programação. Tempo bom era esse com a casa cheia de gente! Hoje, tem muita depravação desnecessária na tv” (Alice, em entrevista à autora em 12.04.07).

Como, a esta altura, o vídeo-teipe já possibilitava a chegada de novas produções feitas no eixo Rio-São Paulo, principalmente as telenovelas, os últimos episódios do programa foram ao ar no dia 18 de outubro de 1965, para a tristeza da equipe. Em meio aos improvisos e a mania de ousar, como vimos, podemos dizer que “*O Contador de Histórias*” foi um marco nos primeiros anos de televisão no Ceará, abrindo espaço para os talentos locais e se inscrevendo como um dos grandes momentos do então canal 2.

O formato do programa em questão nos serve de instrumento também para refletir sobre as primeiras produções televisuais no Ceará. O conteúdo levado ao ar utilizava como matéria-prima a literatura, cuja lógica de produção vai na contramão à lógica da cultura de mercado, que domina a criação dos veículos de comunicação de massa. Mas, não podemos desconsiderar que a situação repete uma realidade que pontuou o primeiro momento da produção da cultura de massa no Brasil, caracterizado por uma insuficiente institucionalização e por uma simbiose entre as diversas esferas de criação.

Em comparação com a experiência européia, Renato Ortiz (2001, p. 29) identifica a inexistência de uma contradição entre cultura artística e cultura de mercado, o que possibilita um trânsito livre entre esferas regidas por lógicas diferentes. Outra questão apontada por ele é a facilidade com que a literatura se difunde e se legitima através da imprensa, fórmula que se repetiu na primeira década da televisão brasileira. Nesta época, um grupo de pessoas marcadas por interesses na área “erudita” se volta, na impossibilidade de fazer cinema, para a televisão e desenvolve o gênero teleteatro, modelo que se “copiou” no Brasil inteiro, inclusive no nosso Estado.

Como o teatro foi parar dentro das casas

Pode se dizer que, as práticas de lazer do fortalezense no início dos anos 1960 se limitavam ao rádio, aos cinemas, aos passeios no centro da cidade e às freqüentes comemorações religiosas. Neste cenário, o teatro parecia não ocupar o mesmo espaço de sociabilidade. Como explicar tal situação? Para Mirtes Freitas (2005, p119), observa-se que na cidade havia uma inclinação por incorporar, preferencialmente, atividades ligadas ao entretenimento simples, como tomar sorvete, por exemplo, ou passear na praça, em detrimento de outras formas de lazer associada ao encantamento do espírito e do intelecto. A essa questão, eu acrescentaria ainda a dificuldade de acesso a essa forma de arte, ocasionado pela falta de políticas públicas culturais.

Nesta época, diz Mirtes (2005), o Teatro José de Alencar, uma edificação de 1910, era considerado território das elites. Mesmo com um papel de destaque no cenário urbano, não se pode dizer que o teatro, em Fortaleza, fosse uma atividade de diversão intensa, integrada ao lazer habitual da população. A programação do TJA era constituída principalmente por espetáculos de companhias vindas do Sudeste do País, que por aqui aportavam eventualmente. “*Eu nunca fui a uma peça de teatro*”, diz “dona” Tatá em entrevista à autora em 02.04.07.

Pelas memórias, nem ela, nem os demais entrevistados, perceberam que, nos primeiros anos, a televisão levava teatro até às casas que tinham aparelho receptor. “*Prá mim, era tudo novela*”, acrescenta “dona” Tatá. A emissora pioneira procurou se legitimar principalmente através das artes cênicas que, por sua vez, também foram beneficiadas com essa utilização, ou seja, o teatro e a TV se beneficiaram mutuamente, como mostram alguns episódios que foram ao ar na TV Ceará. O curso de Arte Dramática da Universidade Federal do Ceará, criado com “prestígio” na cidade no mesmo ano de inauguração da televisão (1960), conquistou espaço para exibição dos seus trabalhos no novo veículo de comunicação.

Logo na solenidade de inauguração da TV, o CAD se fez presente com a peça “A Jangada não Voltou”, de José Maria Bezerra de Paiva, o B. de Paiva, que tinha retornado a Fortaleza, depois de uma temporada no Rio de Janeiro, a convite do então reitor Martins Filho para dar aula no novo curso. De autoria também dele, a TV Ceará levou ao ar “Madrugada 27”, com os atores José Maria Lima, Otamar de Carvalho, Leonam Moreira, José Carlos Marçal, Airi Leda Moreira e Francisco Studart, ainda em 1960.

Como o ritmo e a pulsação da produção para a TV eram intensos, o Teatro Universitário não tinha condição de preparar um espetáculo novo a cada dia da semana. E se o ator se esquecesse de determinadas passagens no texto, teria que repetir a cena na frente das câmeras? Poderia não ficar bem para estudantes de um curso de Arte Dramática comprometer a estética do gênero teatral em prol do novo veículo. Além disso, Gilmar de Carvalho diz que existia um grupo “dissidente” de artistas que considerava os espetáculos da televisão como de qualidade inferior (Carvalho, 2004, p. 46).

Mesmo assim, o diálogo entre a televisão e as artes dramáticas marcou os primeiros anos de 1960. A Comédia Cearense⁴⁰, grupo que criou um repertório novo para o teatro nesse período, também se aproximou da TV Ceará. Tentou até construir uma sede vizinha ao prédio da emissora, na Estância, em um espaço doado pela Prefeitura de Fortaleza, mas a idéia ficou apenas no papel, o que não inviabilizou a continuidade da parceria. Assim, o teatro ganha, ao lado do rádio, o “título” de grande fornecedor de talentos para a televisão e muitos se utilizam do sucesso na telinha para depois voltar aos palcos. É o caso da atriz Dora Barros, que se revezava entre a encenação de “Médico à Força”, de Molière, com o trabalho no palco da Comédia Cearense.

Em alguns momentos, o interessante é perceber a tamanha imbricação entre teatro e televisão, a tal ponto de se confundir os limites entre eles. Uma peça montada pela TV Ceará para ser levada ao ar - “Macbeth”, de Shakespeare, foi convidada para

⁴⁰ As referências históricas sobre a Comédia Cearense dão conta que o grupo surgiu em 1957 e, de todos que existiam na cidade, foi o que alcançou maior expressão, persistindo em atividade até hoje. Em alguns momentos, a companhia alcançou até reconhecimento no panorama nacional.

abrir o Primeiro Festival de Teatro do Recife. No caso, já não se tratava da arte dramática na tv, mas da tv “invadindo” as artes dramáticas, em pleno palco. O fato se repetiu várias outras vezes.

A atriz Jane Azeredo, “aquela” que interpretou Lucíola de José de Alencar, no programa “*O Contador de Histórias*”, foi convidada para integrar o elenco de “*A Raposa e as Uvas*”, de Guilherme Figueiredo, encenada pelo Teatro Universitário na Concha Acústica, em 1962. O mesmo Curso de Arte Dramática convidou Dora Barros e Almir Teles, todos da televisão, para participar da montagem de “*Rosário, Rifle e Punhal*”, de Nertan Macedo. Ary Sherlock e Emiliano Queiroz levaram também para o palco “*O Julgamento dos Animais*”, de Eduardo Campos, um espetáculo infantil, que também utilizava do sucesso dos artistas da TV para levar público ao teatro.

Foi baseado nesta crença que, em março de 1963, alguns artistas do Canal 2 decidiram constituir o grupo de teatro Studio 13 – posteriormente chamado de Teatro Novo, com participação de Marcus Miranda, Emiliano Queiroz, Maria Luíza e Íris Brenno. Isso, antes da estréia na TV do humorístico “*Dois na Berlinda*”, que lançou para Fortaleza a dupla “*Praxedinho e Anicetinha*”, o casal interpretado por Marcus Miranda e Maria Luíza, o qual teve forte apelo e aceitação popular. Este tipo de programa, de caráter mais popular em relação às adaptações teatrais dos clássicos, existia dentro da programação da TV Ceará, e é lembrado com entusiasmo por alguns entrevistados que viveram aquela época. Ao lançar olhares sobre as fotos dessa programação, “seu” Tutuca se manifesta:

“Me lembro demais dessas imagens, menina! As histórias eu não sei como eram bem, mas eu me lembro demais do Praxedinho, era muito engraçado. Era o Marcus Miranda. A gente encontrava esse povo na rua, lia sobre eles nos jornais. Você sabe me dizer se ele ainda está vivo? Eu cheguei até a ver pessoalmente uma encenação com ele da Paixão de Cristo. Era bonito demais para a época.” (Entrevista à autora em 14.04.2007).

“Dona” Alice também tece comentários:

“Esse aqui eu acho que era o Praxedinho, que fazia um papel que queria casar mas tinha medo de chegar a hora. Eu achava muita graça dessas coisas dele! Outra coisa que eu achava engraçada é que apareciam uns olhos na televisão para a gente descobrir quem era. Quando descobria, aí a gente fazia uns versinhos e mandava para a Ceará Rádio Clube” (Alice, em entrevista à autora em 12.04.07).

A desenvoltura de Marcus Miranda, também elogiada pelos jornais da época, dava alegria ao personagem Praxedinho, que chegava a ser confundido na rua com o próprio ator, como se fossem as mesmas pessoas. A popularidade chegou ao ponto de, ao sair pela cidade, ele ser abordado para autógrafos, abraços, gestos de afetividade.



Eram os sinais de uma cultura de massa que já encontrava espaço no cotidiano da cidade, transformando-se numa “fábrica” de ídolos, produtora de vedetes, num espaço em que realidade e imaginário se confundem, conformando – nas palavras de Morin (1975) – a síntese do “Olimpo” moderno. “*No encontro do ímpeto do imaginário para o real e do real para o imaginário, situam-se as vedetes da grande imprensa, os olímpicos modernos*”.⁴¹ O autor considera este “Olimpo” como o produto mais

⁴¹ **MORIN**, Edgar. Cultura de massa no século XX – O espírito do tempo. 1ª. edição, Rio de Janeiro. Forense Universitária, 1975, p.91.

original dos primeiros tempos da cultura de massa e faz uma conexão da cultura de massa com o cotidiano das pessoas, naquilo que definiu de “vasos comunicantes”.

Fazendo vedete de tudo que pode ser comovente, sensacional, excepcional, a imprensa de massa faz vedete de tudo que diz respeito às próprias vedetes: suas conversas, beijos, confidências, disputas, são transmitidas através dos artigos falatórios, flashes, como se o leitor fosse o voyeur de um grande espetáculo, de um super-show permanente.⁴²

“Dona” Neusa Colares, 77, uma mulher que teve prestígio em Fortaleza, esposa de escritor e que eu fui encontrar na solidão na rua Professor Costa Mendes, no Montese, sabia bem como era lidar com esse “Olimpo”. Com o pseudônimo de Selma Lobo, ela trabalhava como atriz e também editava a revista *Folha do Rádio*, que circulou de 1953 a 1962.

A Folha do Rádio falava inicialmente dos profissionais do Rádio. Quando veio à televisão, também falávamos dos atores e atrizes da TV. Muita gente assinava a revista. Acho que umas 5.000 pessoas, como o Carlos Jereissati, por exemplo. Era muito prestigiada e quase morri de tristeza quando ela acabou. As pessoas queriam saber sobre o sabonete, o perfume, as roupas dos atores. Tinha uma sessão para falar sobre isso. (Entrevista à autora em 28.04.2005)

Voltando à programação da TV Ceará, Guilherme Neto também se destacava com suas direções, a tal ponto do teleteatro “A Barragem” ser escolhido para ser montado pela Comédia Cearense, em 1964. Com esse “namoro” da televisão com os palcos, o teatro viveu naquele momento uma fase de aquecimento, com o público já prestigiando as apresentações. O público ia ao teatro para ver os atores e atrizes da TV (tendência que se mantém até hoje, com os atores da Rede Globo que fazem peças de teatro). Considerando-se a hierarquia intelectual, àquela altura parecia não haver tanta diferença entre os atores do teatro e da tv, uma vez que em outros momentos a televisão foi taxada de “arte menor”, como vimos no caso dos autores cearenses.

⁴² Id. *Ibidem.*, p.91

Isso não quer dizer que os trabalhos eram exatamente iguais. Enquanto os grupos das artes dramáticas levavam para a televisão uma forma puramente teatral, seja em relação ao texto, à interpretação do ator e à duração do espetáculo, os “profissionais” do teleteatro já tinham uma preocupação visual mais adequada para o vídeo e tentavam de alguma forma adaptar os textos “mais ou menos” de acordo com a tecnologia, com uma nova forma de expressão corporal e de inflexão de voz, interpretação mais naturalista, sem muita impositação. Do cinema, a televisão “copiava” o movimento de câmera e o corte para as cenas. Mas para todos os entrevistados, a denominação de tudo que ia ao ar se resume como “novela”, observando-se mais uma vez aqui que a memória sobre a televisão surge em forma de “fluxo” e não como programas ou mesmo gêneros televisivos isolados.

Ainda em 1964, B. de Paiva volta à tv para apresentar “Falta um Minuto para o Amor”, numa realização de Ary Sherlock, como parte da programação de “O Contador de Histórias”. Por coincidência, exatamente quando eu estava escrevendo esta página, no dia 12 de fevereiro de 2007, me deparei, nas chamadas “*Páginas Azuis*” do jornal O Povo, com uma longa entrevista com B. de Paiva, que hoje, aos 75 anos de idade, mora em Luiziana, Goiás. Quando indagado sobre a relação televisão-teatro no passado de Fortaleza, ele narra o seguinte:

...Eu montei peças com sucesso de dois meses de casas superlotadas. Hoje você não tem mais isso. Naquela época, um teatro funcionava normalmente de terça a domingo. Hoje só funciona praticamente de sexta a domingo. O teatro só faz algum sucesso quando tem um bom ator da televisão trabalhando no elenco. Acho que deveria ter a necessidade de repensar profundamente a mensagem e o conteúdo que o teatro possa fazer.

Observa-se que, quando ele se refere aos primeiros anos de televisão em Fortaleza, a memória não traz à tona o mesmo fato que acontece nos dias atuais: muitas peças de teatro precisavam recorrer aos atores da televisão para ter sucesso de público. Mas é como diz Ecléa Bosi (1994, p. 59), é impossível reviver o passado tal e qual como foi, impossibilidade que todo sujeito que lembra tem em comum com o historiador. “Para este, também se coloca a meta ideal de refazer, no discurso presente, acontecimentos pretéritos, o que, a rigor, exigiria que se tirassem dos túmulos todos os

que agiram ou testemunharam os fatos a serem evocados”. Bosi diz mais: “Posto o limite fatal que o tempo impõe ao historiador, não lhe resta senão *reconstruir*, no que lhe for possível, a fisionomia dos acontecimentos”. Goethe já dizia, em *Verdade e Poesia* (apud Bosi, op. cit., p.59), que “quando queremos lembrar o que aconteceu nos primeiros tempos da infância, confundimos muitas vezes o que se ouviu dizer aos outros com as próprias lembranças”. Assim, podemos ressaltar o caráter não só pessoal, mas familiar, grupal, social, da memória.

B. de Paiva destaca que o grande sucesso do teatro cearense, em 1965, foi “A Valsa Proibida”, de autoria de Paurilo Barroso, que teve como apelo popular Ayla Maria, a cantora considerada a mais bem produzida e divulgada da TV cearense, para se transformar no sucesso de público que, inegavelmente, foi. Embora se refira a outro espetáculo, Gilmar de Carvalho a descreve:

“...Emiliano Queiroz adaptou Cinderela, sob medida para Ayla Maria, a cantora mais bem produzida e divulgada do rádio e TV cearenses, contando, na época, com discos gravados, viagens e apresentações em outras praças, programa próprio aos domingos, santinhos com letras de músicas, coluna em Gazeta de Notícias e até fã clube, dirigido por Célio Curi”. (CARVALHO, Gilmar, 2004, p.49).

As colunas dos jornais da época que se voltavam para a vida dos artistas especulavam sobre os *hobbies* da atriz e cantora: bichos de pelúcia e estatuetas japonesas. “Dona” Neusa Colares também relembra de Ayla Maria como uma das “estrelas” de Fortaleza.

“Na coluna *Com as Cartas na Mesa*, da Folha do Rádio, se destacava detalhes sobre os atores do rádio e da televisão. Ayla Maria sempre saía por lá. Ela era elegante, um cabelo muito arrumado e se vestia bem. Era cobiçada pelos fãs, até porque tinha um programa só dela na TV Ceará aos domingos. Por lá, passavam cantores famosos do Brasil”. (Entrevista à autora em 28.04.2005)

Agora, falando do caminho inverso, outro nome do teatro que a televisão foi buscar para parcerias foi o de William Alcântara, que teve a peça “Uma noiva para

dois” adaptada para o novo veículo por Gonzaga Vasconcelos, cujo elenco trazia como novidade Jório Nerthal, ator cearense recém-chegado do Rio de Janeiro.

Considera-se, então, que televisão e teatro saíram ganhando na parceria feita na Fortaleza dos primeiros anos de 1960. Neste sentido, me aproprio das palavras de Gilmar de Carvalho: “O tempo prova que não havia razão para competição, estavam todos no mesmo barco, na luta pelo espaço para a criatividade e a arte entre nós” (CARVALHO, 2004, p. 49). Percebe-se assim que a natureza e o ritmo do crescimento da cidade fazem com que algumas formas de lazer se intensifiquem, outras percam força ou se apresentem de outras maneiras. Neste sentido, pode se dizer que a TV Ceará teve um papel importante como agente transformador das práticas de lazer, inaugurando uma forma de entretenimento diferente para a maioria dos telespectadores.

Bom humor

Quando entrei na rua Adrianísia para a última entrevista com “seu” Tutuca, às 8 horas da manhã de um sábado, avistei de longe ele, a mulher, dois filhos e um genro sentados na calçada em meio a muitas prosas, goles de café e anedotas. Naquele dia, o ex-alfaiate falava sobre a paixão que cultivava pelas orquídeas, da tranqüilidade daquele pedacinho de Fortaleza e do orgulho de ser o homem que empresta livros para a vizinhança. Nesse momento, chega um morador da área para devolver uma publicação sobre poesia e vida de Augusto dos Anjos. “Seu Tutuca estou entregando este hoje e prometo trazer o outro na próxima semana, viu!”. É interessante que, quando a televisão chegou à Fortaleza, ele tinha atitude semelhante, como vimos no capítulo anterior, abrindo as portas da residência para os televisinhos.

Aos poucos, a roda foi se desfazendo e ficamos eu, “seu” Tutuca e a esposa dele. Comecei a mostrar as fotos, ele vai olhando uma a uma, identificando programas e atores com muito entusiasmo e boas gargalhadas. Imediatamente, relembra os humoristas da TV Ceará e chama os filhos: “Ô Raimundo Ângelo, vem olhar aqui um negócio, homem de Deus!”. De repente, lá estavam todos de volta à calçada numa animada sessão de memórias dos primeiros anos da televisão em Fortaleza. Entre os comentários dele,

“...tinham uns programas bem engraçados na televisão, que dava para as crianças assistirem tanto aqui em casa como lá na sede da televisão, com o Praxedinho, o Emiliano Queiroz e até o Renato Aragão. Eu digo as crianças e hoje eles estão quase todos com mais de 60 anos. O Raimundo Ângelo uma vez foi participar de um desses programas respondendo a algumas perguntas. Acertou e ganhou um caminhãozinho. Ah, eu me lembro também de uma novela chamada Poeira Vermelha”. (Entrevista à autora em 14.04.07)

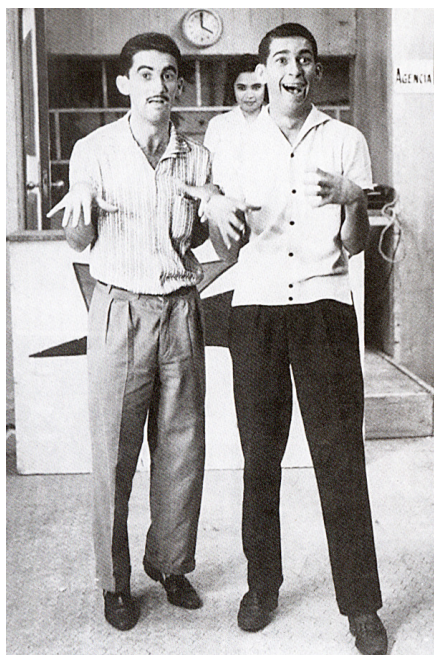
As lembranças em família vão ao encontro de alguns programas da TV Ceará que tinham o “bom humor” como conteúdo central. Observe-se que os depoimentos recortam a programação a partir do que consideram mais interessante, dirigindo eles mesmos o sentido do fluxo das memórias.

Dos profissionais que passaram pelo curso de Péricles Leal, dois mostravam capacidade para provocar risos entre os telespectadores: Augusto Borges e Renato Aragão (ver foto), os quais foram escalados exatamente para ocupar o espaço da “gaiatice” no novo veículo de comunicação.

Logo após a inauguração da emissora, ainda em 1960, Augusto Borges estréia “Lua de mel atrapalhada”, com sete cenários armados em um dos estúdios da TV Ceará, para mostrar uma trama moderna, leve e hilariante, como disse o jornal *Unitário*. Foi assim que surgiu o programa semanal “TV de Comédia”, com um rodízio de realizadores que tiveram a oportunidade de experimentar novas linguagens.

Em seguida, surge na telinha uma das maiores revelações da televisão cearense para o humor brasileiro: Renato Aragão, o jovem de Sobral, bacharel em Direito, que tinha pouca experiência de teatro, mas desenvolveu uma que se adequava à linguagem de televisão. Com suas mímicas, cacoetes e máscaras, ele levava ao telespectador mensagens de impacto e de fácil leitura visual. Ao perceber a potencialidade do comediante, a TV Ceará criou para ele o programa “Aí vem o circo”, momento em que o estúdio se transformava num picadeiro, com direito até a mestre de cerimônia, papel desempenhado por MacDowell Holanda. O público poderia assistir ao espetáculo no

auditório da emissora, mas o acesso era limitado e os ingressos tinham que ser retirados no patrocinador, a Importadora do Nordeste.



Além de ator, Renato Aragão também fazia às vezes de realizador. Foi dele a idéia de criar a “A Comédia da Cidade”, que mais tarde se transformou no “Vídeo Alegre”. O primeiro programa teve no elenco Wilson Aguiar, Karla Peixoto, Ísis Martins, Neide Maia, Edmilson Queiroz, Edésio Amorim e João Holanda, que faziam números musicais, paródias, num tom mais ingênuo, sem apelos sexuais.

Dois anos depois da estréia, já com 104 apresentações na TV Ceará, o “Vídeo Alegre” estava consolidado na “grade” da emissora, com elogios do público pelas mensagens simples, mas adoravelmente divertidas. O programa tinha na retaguarda a produção de profissionais em que se sobressaíam Maria Luiza, Rinauro Moreira, Américo Picanço e Antônio Mendes. Nesta época, Wilson Aguiar despedia-se dos colegas para tentar a vida de artista no Rio de Janeiro. Narrativas sobre macumba para conquistar o amor, Frank Sinatra dos pobres e namoro de gente rica foram alguns dos instantes criativos de “Vídeo Alegre”. Num diálogo com o esposo – “seu” Tutuca, “dona” Angelise relembra do programa e do cotidiano.

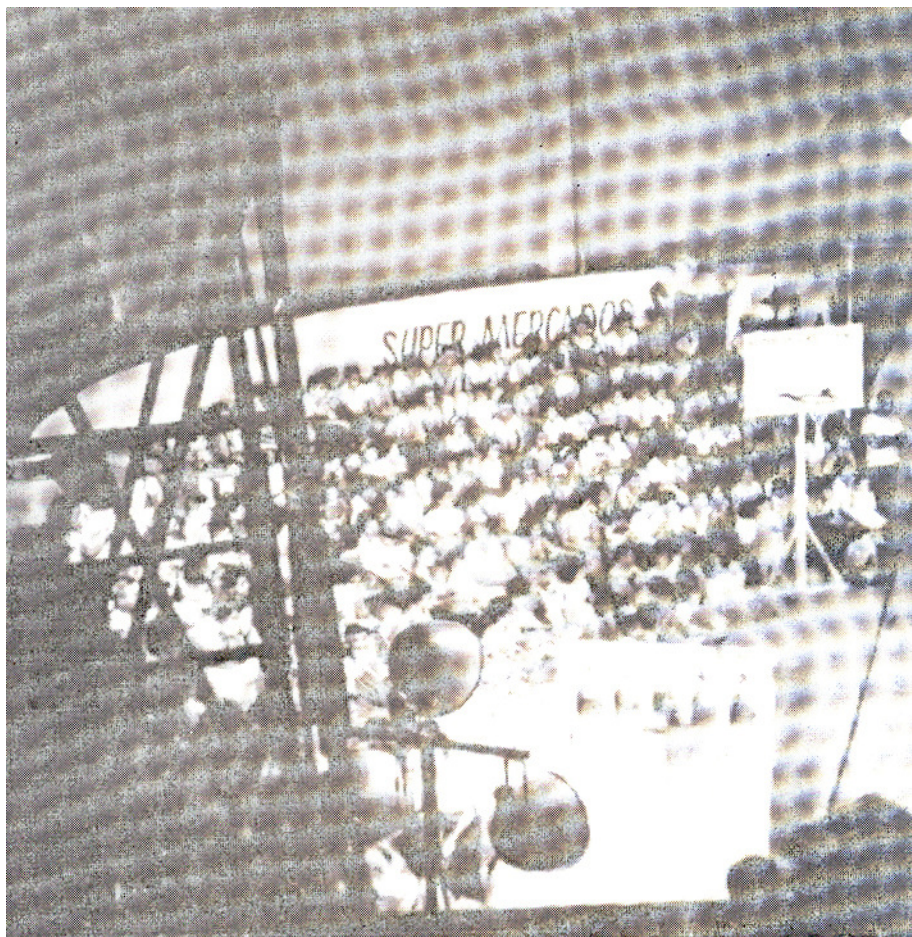
“Ô Tutuca, você lembra que aqui ao lado de casa tinha um campo de areia que os meninos jogavam futebol quase o dia todo. Isso depois da escola. Quando era à tarde, eu ia buscar, botava para dar banho e botava para assistir os programas

da televisão. E tinha o Renato Aragão bem novinho! O bom era porque não tinha a apelação de hoje em dia. Era tudo mais ingênuo. E foi um lazer para os meninos” (Entrevista à autora em 14.04.07)

Quando chega o ano de 1963, o Brasil trava uma discussão sobre o regime de governo - presidencialismo versus parlamentarismo, e o País fica às voltas de um plebiscito. Embora estivesse num programa de chanchada, Renato Aragão insere-se no debate e diz não ao parlamentarismo de forma caricatural. É desse período o bordão “Mas Olha aí Frederico”, criado para reforçar o caráter da personagem vivida por Antônio Mendes, que sempre entrava na onda das brincadeiras do impagável Didi, o mesmo que hoje faz sucesso nas telas da rede Globo, aos domingos.

Foi trilhando na improvisação da TV Ceará que Renato Aragão chegou ao sucesso nacional. A partida dele em busca de um espaço nos locais mais “consagrados” culturalmente do País se deu no dia 12 de julho de 1963, com destino ao Rio de Janeiro. “Vídeo Alegre” continuaria, mas perderia a atração maior. Em agosto do mesmo ano, o *Correio do Ceará* anunciava que o cearense de Sobral estava se submetendo a testes para produzir programas na TV Tupi, também dos *Diários Associados*. A informação foi retificada em seguida, dizendo que ele apenas submeteu alguns de seus roteiros à apreciação da direção artística da emissora.

Em seguida, Renato Aragão retorna à Fortaleza somente para se despedir dos colegas de trabalho, trazendo na bagagem a notícia de que havia sido contratado pela TV Tupi com salário vultoso. Ele se mudaria para o Sudeste do País no dia 6 de setembro, deixando como substituto para o episódio seguinte Augusto Borges (ver foto)



Foram esses programas humorísticos que mais parecem ter seduzido as crianças da época. Veja o que diz “dona” Alice a respeito da audiência do público infantil:

“O muro daqui de casa era baixinho. Então, vinha muita criança assistir essa programação aqui, porque era uma atração muito grande para eles! A mamãe veio me visitar uma vez e disse assim: `Alice, eu não tenho inveja de nada nessa vida de meu Deus, mas tenho vontade de ter um terraço como o teu. Agora, tem uma coisa aqui que eu não quero por nada, que é esse horror de menino dentro de casa`. Entre eles, tinha até retirantes e ninguém levava nada. Eles queriam mesmo era ver esse povo da tv: Renato Aragão, Praxedinho...”. (Entrevista à autora em 12.04.07).

“Seu” José Carlos também tece comentários:

“Não tinha programa específico para a criançada não e, comparando com os dias de hoje, o que ia ao ar era rudimentar. Agora, o certo é que o pessoal

gostava demais do João Ramos, do Praxedinho e do Renato Aragão. As crianças também...E isso interferiu muito no cotidiano das pessoas...” (Entrevista à autora em 15.06.2006)

E o que relembra dessa programação “dona” Stephania Monteiro Rocha Lima, mãe de 7 filhos?

“Eram programas saudáveis e interessava aos adultos e as crianças. Ficavam todos juntinhos, dentro de casa. Pelo menos para aqueles que estavam em torno de 10 e 12 anos era assim, porque não existia muito lazer para a criança em Fortaleza, não”. (Entrevista à autora em 15.06.2006).

Embora de forma diferente, as expressões das memórias de todos os depoentes fazem conexão da programação da emissora com a infância, independente do bairro onde moravam em Fortaleza. A alusão aos artistas, às brincadeiras no auditório e ao entretenimento dentro de casa revelam um processo de adesão das crianças ao novo veículo, o que os pais apontam, em linhas gerais, como positivo pelo fato de ser uma forma de diversão aparentemente segura, numa cidade que não parecia tão preocupada com essa parcela da população.

Com a saída de Renato Aragão, esse público passou a ter acesso ao programa “Dois na Berlinda” de forma mais elaborada. No início de 1964, a emissora anuncia novidades para o programa, com a permanência de Francisco Arruda, que interpretava um vigário, a estréia de Antonieta Fernandes, que mais tarde viraria Antonieta Noronha, um dos maiores talentos femininos para o “riso”, e a participação de “dona” Maria José, numa rápida passagem pelo vídeo. Em junho do mesmo ano, o canal de televisão anuncia mais mudanças. O programa “Dois na Berlinda” seria substituído por outro “produto” com realização de Gonzaga Vasconcelos, o que efetivamente se concretizou com a estréia de “Pensão do Bom Sossego”. A idéia era explorar um conteúdo que tirasse melhor partido das situações envolvendo hóspedes e criados.

Em síntese, podemos dizer que foram esses os três programas que marcaram os momentos do bom humor da primeira televisão cearense – “Vídeo Alegre”, “Dois na Berlinda” e “Pensão do Bom Sossego”, todos fundados primordialmente no discurso

oral, fazendo da palavra a sua matéria-prima principal, com poucos recursos “visuais”. No cruzamento das fontes da pesquisa, percebe-se que havia uma afinação desse conteúdo com telespectadores de todas as faixas etárias, inclusive crianças e, no plano mais geral, com o sentimento “gaiato” do povo cearense, que também se viu inserido e compartilhando do processo de fabricação de novas referências simbólicas. A televisão parece ter potencializado este talento do povo cearense para o humor, estimulando e ajudando a conferir uma marca identitária a partir desta característica.

Telejornalismo

“Menina, isso daqui é uma relíquia! Narcélio LimaVerde apresentava jornal na TV Ceará e eu me lembro como se fosse hoje. Aonde é que tu foi cavar esse negócio?”. Foi assim que “seu” Tutuca reagiu ao se deparar com uma fotografia do referido radialista, naquela manhã de testemunhos sobre o passado oferecido pelas imagens. Mas em nenhum momento, ele fez comentários específicos sobre o conteúdo dos telejornais da TV Ceará, assim como os demais entrevistados “não produtores” de televisão, assumindo assim, à sua maneira, uma forma de narrar a memória dos primeiros anos de TV em Fortaleza. Ele insere o telejornalismo dentro do fluxo da programação geral, sem diferenciá-lo como gênero à parte.

Tal observação, levou-me a constatar que as referências memoriais do grupo de produtores de tv (aqui, refiro-me a todos os profissionais que participaram do “fazer” televisivo) difere em alguns aspectos do grupo dos “não produtores”. Os fragmentos de lembrança dos telespectadores ouvidos neste trabalho, na maioria das vezes, trazem à tona questões da televisão relacionadas à vida familiar, a localização da televisão no espaço de casa, as sociabilidades, como vimos anteriormente, porém, raramente descrevem espontaneamente os episódios dos programas ou fatos marcantes noticiados pela TV Ceará. Nem mesmo o pioneirismo de Assis Chateaubriand, ou mesmo o nome dele, são destacados nessas memórias.

Em contrapartida, a recriação do passado pelos produtores de televisão se prende mais aos momentos vividos dentro da emissora, as dificuldades para criar conteúdos televisuais dadas às limitações técnicas e a qualidade das peças clássicas do teleteatro,

sem se sobressair detalhes da vida familiar e da relação com a cidade. A explicação para essas diferenças pode estar nos “quadros sociais da memória”, como diz Halbwachs (2004), ou seja, a memória do indivíduo depende do seu relacionamento com a família, com a classe social, com a escola, com a igreja, com a profissão; enfim, com os grupos de convívio e os grupos de referências peculiares a esse indivíduo. Toda a memória se estrutura em identidades de grupo: recordamos a nossa infância como membros da família, o nosso bairro como membro da comunidade local, a nossa vida profissional em função da comunidade da empresa e assim por diante.

A esta questão, acrescento ainda a discussão sobre recepção em televisão que, em geral, acontece em espaços domésticos, aonde o ambiente circundante concorre diretamente com o lugar simbólico da tela pequena, desviando a atenção do espectador e solicitando-o com frequência. Isso significa que a atitude desse espectador em relação ao enunciado televisual pode ser dispersiva e distraída. No período estudado, essa situação deveria ser um pouco mais contundente porque as transmissões eram precárias, com imagens distorcidas por causas técnicas as mais variadas, como já vimos anteriormente. É tanto que havia sempre um locutor de plantão para anunciar que a emissora estava com problemas, prometendo, naturalmente, o restabelecimento dentro de poucos instantes. No caso dos telejornais, havia mais um agravante: as notícias eram referentes àquele dia específico, sem grandes preocupações em dar prosseguimento dos mesmos fatos nas edições seguintes, o que pode dificultar o acúmulo de tantas informações ao longo do tempo.

A ausência de referências dos depoimentos recolhidos sobre os telejornais chama a atenção. Apenas um dos entrevistados não-produtores de televisão, “seu” Tutuca, lembrou, a partir da fotografia, como já referido, do apresentador Narcélio Limaverde (ver foto). Halbwachs (2004, pp.31-40) analisa que a memória possui um componente afetivo muito importante e que tendemos a guardar as lembranças daquilo que nos interessa de algum modo afetivamente. A hipótese de que não havia “apego” entre os primeiros telespectadores aos “noticiários” precisaria ser melhor investigada, porém deixo-a aqui apenas a título de registro.



O conteúdo dos noticiários da TV Ceará à época era marcado pela sintonia política de Assis Chateaubriand com o ideário que levou ao Golpe Militar de 1964. No Brasil, a rede *Associados* estava conectada com o mesmo discurso de apoio ao Golpe que se concretizou em 31 de março. Mas já desde 1963, as emissoras de rádio, os jornais e as TVs se posicionavam em sintonia com o golpe, que, muito discretamente, já estava em marcha, como diz Fernando Morais (1994, p. 638). A esse período, Narcélio se reporta com um acontecimento interessante:

Houve um dia, o Lustosa José da Costa, um nome que eu acho que vocês já devem ter ouvido falar, ele fazia um programa na TV Ceará., era Política Quase Sempre. No dia em que a censura o proibiu, ainda não era época de 64, ele, ao invés de levar um entrevistado, ele fez um programa com receitas e bolo e a censura não compreendeu. Vocês compreenderam, né? (Entrevista aos alunos de graduação de Jornalismo da Faculdade 7 de Setembro, publicada no livro *Heterotopias*, Volume I, 2005, p.22).

Nesse clima o cearense Luciano Diógenes, jornalista contratado pelos Diários *Associados* para o setor de telejornalismo, levava ao ar nos primeiros anos da TV Ceará, de segunda a sábado, o *Repórter Cruzeiro* e o *Correio do Ceará na Televisão* e, aos

domingos, a *Telesemana Unitário*, com uma resenha das notícias da semana. Os noticiosos, que tinham como lema informar o máximo, sem comentar, também tinham a participação de Tarcísio Holanda e posteriormente de Ciro Saraiva. A esse respeito, veja o que diz Gilmar de Carvalho:

Ao insistir em mascarar o papel de transmissão de ideologias e de instrumento de poder que cabem à imprensa, os *Associados* diziam deixar ao público o julgamento e a interpretação das notícias, razão de terem ganho a simpatia e a confiança dos telespectadores que se habituaram a encontrar nos noticiosos de vídeo a informação exata, sem distorção nem sensacionalismo vulgar. (Carvalho, 2004, p. 56)

Além do envolvimento dos *Associados* com a política partidária, o que já era suficiente para isentar qualquer noticiário de imparcialidade, outro fator contribuía para “comprometer” o noticiário na TV. Na época, o telejornal assumia a própria identidade do patrocinador, como foi o caso de o *Correio do Ceará na Televisão*, que passou a ser denominado de *Repórter Real*, numa vinculação direta com a companhia de transporte aéreo, mais tarde absorvida pela Varig. O *Repórter Cruzeiro* era outro telejornal que tinha vinculação direta com a loja líder em confecção em Fortaleza, um laço mais forte que simples chancela. Acrescento ainda que, no período estudado, os Cursos de Jornalismo ainda estavam se fortalecendo e não havia ainda se difundido o profissionalismo e a ideologia de um jornalismo “isento” e “imparcial”. No Ceará, o primeiro curso na área foi o da Universidade Federal do Ceará, em 1966.

Por outro lado, a TV Ceará já percebia o poder da instantaneidade do novo veículo e divulgava à noite o que os jornais impressos só podiam veicular no dia seguinte e ainda com a prerrogativa de que a informação impressa requer o conhecimento da língua para operar a construção do sentido, indispensável para a compreensão da mensagem que se recebe. Roland Barthes, em artigo sobre a fotografia, cujas reflexões também se prestam à análise da tv, define a imagem como “uma mensagem sem código” (Barthes, 1978). Tal constatação permite dizer que, em nível da denotação, o componente visual da mensagem televisiva prescinde, em princípio, do domínio prévio de algum código pelo telespectador. Neste caso, no plano meramente teórico, o veículo em questão resolveria os três problemas básicos da comunicação: o do

tempo (pelo imediatismo), o do espaço (pela instantaneidade) e do símbolo (pela universalidade da linguagem visual).

Com todas essas ferramentas do novo veículo, Narcélio Limaverde, o primeiro apresentador de telejornal no Ceará, era o responsável pelo *Repórter Cruzeiro*, cujo slogan era “O Repórter Cruzeiro traz hoje a notícia que você lerá amanhã”, o que reforça a análise feita anteriormente sobre a concorrência da tv com o jornal impresso. O noticioso trazia as últimas informações sobre Fortaleza, informes do interior, acontecimentos do Brasil e ainda do mundo, embora sem aproveitar as potencialidades da televisão, como ele relembra.

A ilustração dos noticiários limitava-se a slides, porque também havia um produtor de slides que hoje em dia desapareceu, não se usa mais de forma alguma. E nós encontramos na época uma solução, que foram as revistas de onde a gente recortava fotos de autoridades, essas fotos eram pregadas em flanelógrafos dentro do estúdio e, quando se dizia, por exemplo, na época, falava sobre o governador do Estado, então aparecia o retrato dele que estava pregado no flanelógrafo (Entrevista aos alunos de graduação de Jornalismo da Faculdade 7 de Setembro, publicada no livro *Heterotopias*, Volume I, 2005, p.14).

Como parte do conteúdo deste telejornal, eram exibidos os casamentos das famílias mais abastadas de Fortaleza, como relembra Narcélio: “eram muito importantes aqueles casais que tinham o filme exibido, porque custava dinheiro para ser exibido”. (*Heterotopias*, Volume I, 2005, p.16). Esse quadro surgiu inicialmente como crônica, sem custos para os noivos que queriam legitimar pela “telinha” o momento do matrimônio, um espaço que já estava consolidado nos jornais impressos através das colunas sociais. Mas numa cidade com hábitos provincianos como Fortaleza, logo o quadro chegou ao sucesso, com solicitações inúmeras para filmagens, o que levou a emissora a estabelecer um preço para quem quisesse aparecer. À exceção de cobrança era para os anunciantes da TV Ceará, como diz Eduardo Campos em entrevista à autora.

As memórias dele sobre esse prestigiado espaço da emissora vão de encontro exatamente às lembranças de Narcélio, o que pode ser um indicativo da importância que

esses momentos de exibição dos matrimônios assumiram para a cidade. Eles chegavam a receber dezenas de convites por mês para casamentos, o que os levam a interpretar como sendo uma forma de garantir a filmagem. “Acho que as pessoas não convidavam só pela minha presença não, mas era pra eu mandar fazer a reportagem”, diz Eduardo Campos, então superintendente da TV Ceará. Passados quase 47 anos, o mesmo modelo de programa surge na comunicação de massa cearense, através do programa “*Noivos em Foco*”, na TV União.

Outra lembrança citada por Narcélio Limaverde (*Heterotopias*, Volume I, 2005, p.17) que sinaliza para os limites tênues entre o jornalismo e as operações comerciais da emissora, foi quando Fortaleza registrou um número assustador de casos de raiva humana. O *Repórter Cruzeiro* abriu o noticiário com esta informação, dizendo que as vítimas haviam sido todas vacinadas num único laboratório da cidade. Foi um dos primeiros casos polêmicos do telejornalismo cearense. O dono da empresa foi até a TV Ceará contestar a notícia, alegando que a veiculação era ilegal porque ele havia comprado ações da emissora e tinha o direito de não ser criticado por aquele canal.

Outra atração jornalística da TV Ceará citada por Gilmar de Carvalho (2004, p. 57) era um modelo de noticioso rápido, criado em abril de 1961, com informações de até dois minutos, com três emissões diárias – 18h58min, 19h40min e 21h22min. Seriam notícias de última hora, curtas e diretas, no estilo “curto e grosso”. Denominado de “Noticiário Relâmpago”, da Casa das Máquinas, cujo slogan era “o maior crediário do Ceará”, o telejornal era apresentado pelo radialista Paulo Limaverde, irmão de Narcélio.

Ainda em 1961, a equipe de telejornalismo recebe o reforço de dois profissionais - Teobaldo Landim e Egídio Serpa, levando a emissora a uma reorganização de pessoal. Luciano Diógenes, por exemplo, continuaria responsável pelo *Correio do Ceará na Televisão* e agregaria também um programa batizado de “Atualidades Artísticas”, que entrevistou pessoas como Jorge Amado, Raimundo Girão, Artur Eduardo Benevides, Renato Braga, João Clímaco Bezerra e B.de Paiva, dentre outros.

Em fevereiro de 1962, um dos maiores destaques do *Repórter Cruzeiro* foi a reportagem de posse do então Governador do Estado, Virgílio Távora, e de Murilo Borges, na Prefeitura de Fortaleza, veiculada no mesmo dia do acontecimento. Tal fato

nos leva a refletir sobre o empenho da equipe para conseguir a transmissão, por conta da complexidade de revelação de filmes, secagem e seleção do material a ser aproveitado. Foi neste ano também que o telejornal “perdeu” o seu apresentador Narcélio Limaverde, que aceitou convite para trabalhar na Rádio Dragão do Mar, emissora que tinha uma interação significativa com o cotidiano de Fortaleza e competia em audiência com a recém chegada teledifusão. “Com dois anos de televisão, eu deixei e fui trabalhar na rádio Dragão do Mar, que desenvolvia um projeto de rádio muito importante aqui em Fortaleza” (Heterotopias, 2005, p.23). Isto pode ser um indicativo do poder do rádio ainda naquela época, mesmo diante do impacto do novo veículo.

Essa emissora de rádio, comandada pelo empresário Moysés Pimentel, tinha tanto prestígio na cidade que, neste mesmo ano, elegeu três parlamentares: o próprio “dono”, como deputados federal, e Blanchard Girão e Aécio de Borba como deputados estaduais, além de um suplente, Peixoto Alencar. As candidaturas se deram, através de um partido pequeno, o Partido Social Trabalhista (PST), que indica a força da Dragão do Mar diante do público, num ano em que os dois maiores partidos do Estado, PSD e UDN, se juntaram em torno da “União pelo Ceará”, que elegeu Virgílio Távora para governador.

Mas por que a Rádio Dragão do Mar tinha tanto prestígio? A resposta pode estar no fato da emissora ter aberto os seus microfones para as bandeiras nacionalistas, ao contrário das emissoras *Associadas* que defendiam o ideário do Golpe. Temas como reforma agrária, justiça social e reformas de base não passaram indiferentes pelos microfones da rádio. O movimento para assegurar a posse de João Goulart na presidência da República, depois da renúncia de Jânio Quadros, em 1961, também ganhou destaque nos programas. A Dragão do Mar fez parte de uma das experiências de resistência mais marcantes da política contemporânea do País. Durante 12 dias, no período que vai de 25 de agosto de 1961, dois dias depois da renúncia de Jânio Quadros, ao dia da posse de João Goulart, 5 de setembro, a emissora participou de um grande palanque radiofônico nacional, a Rede Nacional da Legalidade, cujo locutor principal era o engenheiro Leonel Brizola, então governador do Rio Grande do Sul.

A renúncia do Presidente surpreendeu o País. Elisabete Jaguaribe (2005, pp. 86-98) conta que, as ruas de Fortaleza foram palco de manifestações de apoio ao Chefe do

Executivo nacional que havia renunciado, o que provocou uma reunião do governador Parsifal Barroso com militares das Forças Armadas, para garantir a segurança da população. Com uma foto de destaque na primeira página, o jornal *Unitário* descrevia o clima na Capital, sinalizando a presença de uma rádio que sintonizava a população com os acontecimentos da República.

Repercutiu intensamente em Fortaleza, no seio de toda a população, num verdadeiro impacto de surpresa, a notícia da renúncia, ontem, à tarde em Brasília, do presidente Jânio Quadros, fato que está sacudindo a nação inteira. O povo saiu às ruas e todas as atenções ficaram voltadas para o noticiário radiofônico, tendo a extra do Correio do Ceará sido disputada pelo povo. Operários e estudantes compareceram à praça pública, realizando comícios relâmpagos e manifestações que se estenderam até a noite. (Jornal Unitário, 26.08.1961, p.1)

No Palácio da Luz, onde o governador Parsifal Barroso dividia com auxiliares o clima de expectativa da Nação, o rádio também apareceu como personagem.

Os corredores do Palácio da Luz se apresentam movimentados, todos querendo saber notícias a respeito da crise política. No gabinete dos assessores do governador, vários rádios portáteis ligados auxiliam nas tarefas informativas de modo a que o senhor Parsifal Barroso tome conhecimento das informações imediatamente após a sua divulgação. (Jornal Unitário, 26.08.1961, p.8)

Como se percebe, a renúncia de Jânio Quadros colocou o Ceará na escuta do rádio porque o noticiário ainda era menos comprometido com o ideário do Golpe Militar do que a principiante televisão. Mas o cenário começou a se complicar quando houve a movimentação militar para impedir a posse de João Goulart, que montou a estratégia de intimidar os veículos de comunicação de massa no País, arena em que a guerra política ganhava visibilidade, especialmente com a formação da *Rede da Legalidade*, que a Rádio Dragão do Mar apoiava. (Girão, Blanchard. Sessão das Quatro: cenas e atores de um tempo feliz. 1ª. Edição. Fortaleza: editora ABC Fortaleza, 1998; Jaguaribe, Ana Elisabete Freitas Jaguaribe. *Labaredas no ar: a rádio Dragão do Mar e o cotidiano de Fortaleza (1958-1964)*. Fortaleza:UFC, Dissertação de Mestrado, 2005).

Após a divulgação de um suposto plano do Partido Comunista, para desestabilizar a ordem pública, em que se previa, entre outras ações, a difusão de onda de boatos, através de telefonemas às redações de jornais e emissoras de rádio e televisão, os militares passaram a realizar reuniões com as direções dos meios de comunicação. No Ceará, a censura não intimidou a Dragão do Mar, que compareceu à reunião, mas não se comprometeu a omitir o que estava ocorrendo no Brasil.

Os tempos seguiram e a Dragão do Mar mantinha-se fiel ao Governo de Goulart, divulgando informações sobre um possível golpe, que se concretizaria entre os dias 31 de março e 1º. de abril. Às vésperas do acontecimento, a imprensa publicava editoriais truculentos contra o presidente, deixando claro o compromisso dos jornais cearenses com as forças militares promotoras do golpe. Neste cenário, o único veículo de comunicação do Ceará que sofreu intervenção do Regime Militar foi a Dragão do Mar. A emissora que não se calou foi invadida, fechada por cinco meses e os radialistas presos.

O anedotário cearense dá conta de uma peleja entre a Rádio Dragão do Mar e Armando Falcão, nestes anos pré-golpe militar. Para responder às críticas da rádio, Falcão ocupou o microfone da TV Ceará. E, pela telinha, fez o seguinte insulto: “não tenho medo dessa lagartixa do brejo”. A expressão *lagartixa do brejo* referia-se ao apelido que o ex-ministro militar encontrou para atacar a emissora, que seria fechada, em 1º. de abril de 1964.

Com o fechamento da Dragão, Narcélio Limaverde voltou ao vídeo, desta vez para apresentar o *Correio do Ceará na TV*, ao lado de Orlando Santos. Nesta época, já estava no ar pelo Canal 2 mais dois programas jornalísticos: “Primeiro Time”, em que Lúcio Brasileiro abordava temas ligados à política, sociedade e esporte, e “Eles fazem a cidade”, uma realização de Gonzaga Vasconcelos, com a participação também de Lúcio Brasileiro, Tarcísio Tavares e Lustosa da Costa, que manteve, por mais de dois anos, até janeiro de 1964, às quintas-feiras, o “Política Quase Sempre”. Pontes Neto, Waldemar Alcântara, Parsifal Barroso, Temístocles de Castro e Silva, Martins Filho e Armando Falcão foram alguns dos nomes levados para o programa.

Nos noticiários de TV Ceará deste período, ganharam destaque a cobertura da visita a Fortaleza de Castelo Branco, na época, já Presidente da República; os exercícios físicos do CPOR, em Baturité; as emoções das vaquejadas; as pompas da festa que Sobral fez para Dom José Tupinambá da Frota, bispo-conde do município; a festa de São Francisco de Canindé, e o caso de um ex-motorista de caminhão que havia se transformado num dos homens mais ricos da região do Cariri.

Chega 1965. O ano encontra a cidade de Fortaleza em grande expectativa para a instalação das linhas de transmissão de Paulo Afonso, o que aconteceu com festa transmitida pelo Canal 2. E no dia 21 de janeiro, os telejornais da emissora deram a notícia surpreendente: a chegada do equipamento de videoteipe. A novidade, que havia sido prometida para as comemorações do quarto aniversário da televisão, aportava na Capital para modificar a programação toda feita regionalmente. Foi o fim do “Contador de Histórias”, a junção de outros programas, o aumento dos chamados “enlatados” na grade da programação e a redução da equipe de profissionais.

Passados cinco anos da chegada da primeira emissora do Estado, o público já estava atraído pelas imagens da TV e a imprensa – que tem a tv como “concorrente” – se rendeu à novidade e publicava diariamente a programação da telinha. Ao abrir o jornal, o telespectador tinha acesso a tudo que ia passar no Canal 2. Caso quisesse conhecer um pouco mais, bastava se dirigir às colunas especializadas, com comentários sobre os bastidores. As emissoras de rádio perdiam anunciantes para o novo veículo, que estava estabelecido nos lares cearenses.

Em casa, o fortalezense com TV já podia assistir a produções feitas na Tupi do Rio de Janeiro ou de São Paulo. Entre eles, destaca-se o “O Céu é o Limite”, um dos programas mais bem sucedidos da emissora, sob o comando de Aurélio Campos e apresentação de Jota Silvestre. Este último recebia candidatos que respondiam aos mais variados temas e a casa semana, se acertassem as questões, iam juntando prêmios até chegar a uma grande quantia. O interessante é que a noção de cultura e conhecimento era limitada à idéia de acúmulo aritmético, a cultura como saber exótico ornamentada com fatos extraordinários. Desta forma, o participante que fosse contemplado com uma pergunta sobre Freud, tinha que saber detalhes da vida do pai da Psicanálise, como o número do calçado que usava, por exemplo. Além desse programa, eram exibidos

também “O Sítio do Picapau Amarelo”, “Alô Doçura” e, neste ano de 1965, registra-se o primeiro grande sucesso das telenovelas no Brasil, como “O Direito de Nascer”, produzido pela Tupi e batendo todos os recordes de audiência, segundo Inimá F. Simões (1986, p. 137).

Uma conseqüência imediata da difusão dos programas feitos nas duas principais cidades do país é o declínio total das produções televisuais locais. O sonho de permutar os conteúdos foi totalmente abortado, sem o Nordeste ter a chance de mostrar o que era produzido aqui para o Sudeste do País. Concretiza-se assim uma tendência da televisão brasileira: o fluxo da produção de mão única, com o eixo Rio-São Paulo determinando o que será visto nos aparelhos receptores de nosso país.

Para reforçar ainda mais essa tendência, ainda em 1965, foi fundada a Empresa Brasileira de Telecomunicações, a Embratel, dando início às transmissões via satélite, o que facilitava a chegada do conteúdo do eixo Rio-São Paulo para os demais estados da federação, inclusive o Ceará. Eram os primeiros passos de um Estado que passava a exercer um papel decisivo no desenvolvimento e regulamentação dos meios de massa e em particular dos meios de transmissão, adotando novas tecnologias no sistema nacional de telecomunicações. Os benefícios trouxeram a reboque o controle político, econômico e ideológico por parte do Governo, encontrados tanto na mídia impressa como na eletrônica.

Embora a emissora dos *Diários Associados* estivesse em situação favorável no Ceará, porque ainda “reinava” sozinha, sem concorrência, o mesmo não se poderia dizer do grupo em nível nacional. O império criado por Assis Chateaubriand começou a agonizar antes dele (ele faleceu às 21h30min do dia 4 de abril de 1968, vítima de colapso cardíaco). Desde o final do Governo de JK, não entrava dinheiro público nas empresas. Além das dificuldades políticas, a concorrência com outros jornais impressos e televisões crescia assustadoramente, tornando mais rarefeita a verba publicitária, até então disputada por um número restrito de veículos.

Com a inauguração da TV Globo, no dia 26 de abril de 1965, a disputa se acirrou ainda mais. A nova emissora entra em cena apoiada num acordo operacional com o grupo norte-americano *Time Life*. Com a parceria, a televisão de propriedade de

Roberto Marinho feriu um dispositivo básico da legislação brasileira, que impede a presença de grupos estrangeiros em empresas de comunicação. O fato ganha repercussão no País, destacando-se principalmente a campanha feita pelos *Associados*. Chatô “comprou” a briga e liderou, através de seus veículos de informação, uma cruzada contra o acordo assinado pela TV Globo.

No Congresso, foi instaurada uma CPI – Comissão Parlamentar de Inquérito para investigar as constantes denúncias sobre a participação do capital estrangeiro nos meios de comunicação brasileiros. Representante dos Diários Associados, João Calmon, já deputado federal, faz discursos a favor do monopólio estatal do rádio e da televisão no Brasil. Mas como diz Inimá F. Simões (1986, p.74), o que parecia à primeira vista uma luta pelos preceitos e dispositivos legais, escondia outros ingredientes no conflito em questão, tais como a ameaça a uma relativa estabilidade do grupo de Assis Chateaubriand, uma vez que a Globo já surgia com promessas de ascensão rápida, fato que se concretizou no ano seguinte.

A luta pela audiência continuou acirrada nos anos seguintes. A TV Globo estava instrumentalizada do ponto de vista empresarial, com o modelo de gerenciamento considerado moderno, em contraste com a Rede Tupi, onde os executivos brigavam entre si, com métodos contrários à lógica do capitalismo. O grupo se mostrava desorganizado, a tal ponto das emissoras Associadas espalhadas pelo Brasil comprarem indiscriminadamente produtos da própria TV Globo para exibição, deixando de lado os programas gerados pela Tupi.

Por fim, em julho de 1980, um ato governamental extingue a Rede Tupi de Televisão. Dois meses antes de completar 30 anos de inauguração, a emissora de São Paulo sai do ar. Com ela, várias outras são consideradas peremptas, de acordo com nota oficial divulgada de Brasília: TV Tupi do Rio de Janeiro, TV Itacolomi de Belo Horizonte, TV Piratini de Porto Alegre, TV Marajoara de Belém do Pará, TV Rádio Clube de Recife e TV Ceará de Fortaleza. E até hoje, “dona” Tatá, “aquela” que comprou ações para instalar a primeira emissora do nosso Estado, pergunta: “eu quero vender as minhas ações da TV. Você sabe como eu devo fazer?”.

Considerações finais

Ao longo desta dissertação, procurei articular a reflexão teórica ao trabalho científico. Neste diálogo permanente, busquei entrelaçar as fontes, confrontando-as, complementando-as, na tentativa de não cair numa análise generalizante. Para refletir sobre os primeiros tempos da televisão em Fortaleza, considerei os meios de comunicação como elemento importante na constituição das sociedades modernas, partindo da compreensão, portanto, que o desenvolvimento da mídia se dá num processo de imbricação com outros processos sociais.

Guiado por esta concepção, o presente estudo suscita algumas questões. Como foi o processo de instalação da pioneira TV Ceará, a tal ponto de sensibilizar a população para contribuir financeiramente com um negócio privado? Que cidade era essa que recebia a nova mídia? De que forma se deu o contato com o “vídeo” pela primeira vez dentro de casa? O fluxo televisual, para utilizar o termo de Raymond Williams, alterou a rotina doméstica? Onde o “consumidor” se apropriou do veículo com “mil maneiras de caça não autorizada” (Certeau)?

Ao iniciar este trabalho, eu pretendia dialogar “apenas” com elementos ligados ao cotidiano, a cultura e a memória dos moradores da Capital Cearense no período estudado. No entanto, fui percebendo ao longo da pesquisa que só poderia “abarcar” essas dimensões se investigasse também outras questões, como a importância das emissoras de rádio para Fortaleza, as suas relações com as práticas políticas, que, por sua vez, estavam intimamente, e a forma como o Poder se organizou quando a TV surgiu.

Portanto, ao investigar como ocorreu o processo de chegada da *TV Ceará*, me vi envolvida em uma tarefa revestida de enorme complexidade. Mesmo com um recorte geográfico restrito ao nosso Estado, falar de televisão é falar de Brasil, como escreve Bucci, e discuti-la significa sempre debater parte significativa de nossa realidade. (BUCCI, Eugênio, 1997, p.11.38). Um dos pontos dessa realidade é justamente o fato da TV não ter controle da própria TV, ao passo em que precisa adequar-se a uma série

de constrangimentos, digamos assim, políticos, sociais e econômicos, além do próprio público, que ela mesma ajudou a criar.

Mas o que nos dizem as páginas que se passaram? A primeira questão é que a televisão se instalou em Fortaleza ancorada principalmente no rádio que, a esta época, funcionava como o mais evidente símbolo da modernidade no Estado. É tanto que, a pioneira TV Ceará – Canal 2 surge “apenas” como um departamento da Ceará Rádio Clube, empresa também pertencente ao grupo de Assis Chateaubriand. “*Um microfone que ajudou o progresso de Fortaleza! Desde de 1934, a mensagem da indústria e do comércio é dirigida pelo microfone da Ceará Rádio Clube*”, diziam os anúncios publicados no *Correio do Ceará* e *Unitário*.

A Ceará Rádio Clube sintonizava o ouvinte ao ambiente que a Capital vivia à época e inseria no contexto informações sobre o novo veículo de comunicação. No meio das campanhas de solidariedade, a respeitada estação de rádio convocava a população a comprar ações da TV, para que a cidade recebesse o que havia de mais “impressionante” em termos de modernidade. Essa campanha era reforçada pelos demais veículos dos *Diários Associados*, como os dois jornais citados no parágrafo anterior, que também publicavam páginas inteiras de anúncios. Esses fatos contribuíram para que os dois anos que antecederam à inauguração da televisão em 1960 fossem de grande expectativa.

O que pode ter ajudado também para esse clima de expectativa é que, neste período, os programas da Ceará Rádio Clube tinham conteúdos explícitos da tradição popular. O veículo, que nascera elitista, já tinha incorporado a sua programação o gosto popular, num processo em que o historiador Carlo Ginsburg me leva a refletir com o seu conceito de *circularidade cultural*, “uma influência recíproca entre a cultura das classes subalternar e a cultura dominante” (Ginsburg. 1999, p.24).

“Embalada” por todos esses componentes que faziam do rádio um protagonista na articulação de vários fatos em Fortaleza, o certo é que a população atendeu ao apelo e comprou ações para a instalação da primeira emissora do Estado: uma TV privada erguida com o dinheiro do povo. Portanto, reforço que a percepção que transparece quando analisei os documentos, as programações, ouvi os relatos e a cobertura dos

jornais dos *Diários Associados* é que a adesão imediata à campanha pode ser explicada pela sintonia que a rádio tinha com o cotidiano da cidade. E esta sintonia foi consequência de um conjunto de fatores: introduziu novos hábitos, provocou novas demandas sociais e inseriu-se na intimidade dos moradores da Capital. Uma Capital que experimentava novas formas de lazer pela programação da emissora de rádio, que promovia embates políticos e oferecia conteúdo radiofônico diversificado.

Este cenário pode ter sido irradiador para a aceitação da TV Ceará, sem rejeição por parte da população. Neste sentido, tal situação pode nos levar a um aparente paradoxo. Se todo processo de mudança, causa a princípio uma resistência, como o rádio conseguiu este feito? A televisão em Fortaleza foi de grande expectativa durante dois anos, de 1958 a 1960, ano da inauguração.

Quando a televisão é inaugurada na Capital Cearense, ela reforça os lugares e papéis que estruturavam a sociedade fortalezense no início da década de 60. Posso dizer que, a TV serviu de instrumento de solidificação das instâncias de poder, partindo da estrutura familiar. O lugar do aparelho na casa e quem podia ligá-lo são exemplos emblemáticos desse simbolismo. A própria aquisição do equipamento definia quem sairia na frente no processo de acesso a modernidade.

Mas poucos tiveram acesso ao aparelho receptor de TV após a inauguração da emissora em Fortaleza, porque ainda era um bem considerado de alto valor aquisitivo, o que me leva a identificar, nesta pesquisa que, a presença dos aparelhos de televisão nos domicílios cearenses carregavam as marcas da desigualdade social da cidade. No entanto, me surpreendi bastante ao observar que, tal fato, pode ser responsável pela junção das pessoas nas casas, ou seja, a televisão no período estudado era um elemento agregador, ao contrário do que acontece nos dias de hoje, quando a tv é acusada de isolar os indivíduos. À época, as pessoas se encontravam nas residências que tinham o aparelho receptor, criando ali novos espaços de sociabilidade.

Interpretar a historicidade da televisão em Fortaleza significou também estudar as elaborações dos diálogos, das táticas e astúcias dos moradores ao lidar com essa novidade, a composição de legitimidades que orientam práticas cotidianas. Quem diria que os moradores do Mucuripe levariam as apresentações do pastoril para a única casa

que tinha televisão no bairro? Essa questão me remeteu aos caminhos da transformação, pois apesar da tradição localizar-se no passado, ela dialoga com as experiências sociais do hoje e do amanhã. No dizer de Canclini, “a reprodução das tradições não exige fechar-se à modernização”. (Canclini, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas*. São Paulo: USP, 1998, p.238).

A TV Ceará trouxe também um papel fundamental na forma de percepção, renovando o repertório visual das pessoas. A leitura do mundo não se daria mais apenas pela disseminação da escrita e da escuta, através do rádio. O perceber e o sentir se dão, a partir de agora, também por meio do ver e ouvir, simultaneamente. Este fato me faz lembrar Paulo Freire que, em 1986, numa atualização de sua própria teoria, já propunha que, para além de uma leitura do mundo seria necessária, quiçá, uma gravação do mundo, uma escrita do mundo, uma fotografia do mundo, uma escuta do mundo...

A inserção da televisão na vida do fortalezense parece que também reorganizou alguns hábitos e costumes, principalmente pela força do teleteatro na telinha. As cadeiras nas calçadas começaram a migrar para as salas e a noção de tempo passa a ser orientada pela programação televisual, que se incluía no dia-a-dia das pessoas.

Reconheço que, a “construção” dessa história só foi possível a partir dos diálogos mantidos no desenvolvimento do trabalho com as vastas fontes. Neste universo, a História Oral foi uma possibilidade fundamental na reflexão e compreensão da Fortaleza nos primeiros tempos de TV. Nesta dissertação, procurei “cruzar” a fala desses depoentes para a construção do trabalho. Essa trama, tecida no cotidiano e nas experiências sociais, proporciona uma interpretação de conflitos e de táticas surpreendentes. Acredito que, quando se ouve histórias de homens e mulheres e seus contextos, contribui para o resguardo da memória coletiva.

Vi que trabalhar com memória é buscar o seu fazer e refazer na vida cotidiana das pessoas. Ela muda com o tempo, é um processo. As memórias são recriadas e agregadas de novas experiências. Por algumas vezes, os depoentes pareciam degustar as palavras quando traziam as mais remotas lembranças e, em outras, o compasso da narrativa declinava quando procurava ouvir as recentes. A contradição dos discursos

também é evidenciada, sendo elemento desencadeador do movimento inerente à História Social.

A subjetividade das narrativas são um manancial de possibilidades para a exploração das diferenças presentes na dinâmica social. O enredo da fonte oral apresenta uma pluralidade de significados das memórias narradas, pondo em xeque fatos instituídos pelas “verdades” da história oficial. É como diz Alessandro Portelli:

A história oral e as memórias, pois, não nos oferecem um esquema de experiências comuns, mas sim um campo de possibilidades compartilhadas, reais ou imaginárias. A dificuldade para organizar estas possibilidades em esquemas compreensíveis e rigorosos indica que, a todo momento, na mente das pessoas se apresentam diferentes destinos possíveis. Qualquer sujeito percebe estas possibilidades à sua maneira, e se orienta de modo diferente em relação a elas. Mas esta miríade de diferenças individuais nada mais faz do que nos lembrar que a sociedade não é uma rede geometricamente uniforme como nos é representada nas necessárias abstrações das ciências sociais, percebendo-se mais um mosaico, um patchwork em que cada fragmento (cada pessoa) é diferente dos outros, mesmo tendo muitas coisas em comum entre elas, buscando tanto a própria semelhança como a própria diferença. É uma representação do real mais difícil de gerir, porém parece-me ainda muito mais coerente, não só com o reconhecimento da subjetividade, mas também com a realidade objetiva dos fatos. (PORTELLI, Alessandro. A Filosofia e os Fatos. In: Revista Tempo. Rio de Janeiro: ed. Delume Dumará, no. 2, 1996, p.72)

Diante das inúmeras possibilidades de análises desse mundo sobre os meios de comunicação e o cotidiano, e de que as trilhas a serem percorridas são diversas, permanece o desafio. Trata-se de um mote para que outros busquem a compreensão desse imbricado universo, a partir do cotidiano e das experiências vividas.

Para finalizar, reconheço que algumas questões ficaram em aberto, prontas para aguçar a curiosidade de outros educadores. Num rápido apanhado desses pontos, é possível retornar as fontes para um olhar mais aprofundado. Uma dessas questões refere-se as garotas-propagandas. Qual o lugar das mulheres no mundo da televisão? Como eram vistas pela sociedade? Também me desperta curiosidade a infância em

Fortaleza no período estudado e a interseção com os meios de comunicação. Que lazer tinham as crianças? Ainda me inquieta as diferenças entre a entrevista na História e a entrevista no Jornalismo. O que difere uma da outra? Importante meio de comunicação, principalmente para preencher espaços na dialética das relações humanas, a entrevista tem técnicas específicas nessas duas áreas do conhecimento. Bom, ficam as pistas.

BIBLIOGRAFIA

ARBEX Jr, José. *Showrnlismo – A Notícia como espetáculo*. São Paulo: Casa Amarela. 2001.

BARTHES, Roland. A Mensagem Fotográfica. In: Lima, Luís Costa (org.). Teoria da Comunicação de Massa. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978.

BENJAMIN, Walter. *Paris, capitale du XIX e siecle. Lê Livre dès passages*. Paris: CERF, 1989.

_____. *Obras Escolhidas – Magia e Técnica, arte e política*. São Paulo. Brasiliense, 1996.

BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 1986.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. *Mercado Brasileira de Televisão*. São Cristóvão, SE: Universidade Federal de Sergipe; São Paulo: Educ, 2004.

BOSI, Ecléa. *Memória e Sociedade, Lembranças de Velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1996.

BOUTIER, Jean e **JULIA**, Dominique. *Passados Recompuestos: campos e canteiros da história*, Editora,? Lugar?2005.

BRIGGS, Asa e **BURKE**, Peter. *Uma História Social da Mídia – de Gutenberg à internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004,

BUCCI, Eugênio. *Brasil em tempos de TV*. São Paulo, Boitempo, 1997.

BURKE, Peter (org). *A escrita da história – novas perspectivas*. São Paulo, Unesp, 1992.

BURKE, Peter. *Testemunha Ocular: história e imagem*; tradução Vera Maria Xavier dos Santos; revisão técnica Daniel Aarão Reis Filho. Bauru, SP: Edusc, 2004.

- CAMPOS**, Eduardo. *TV Ceará – a Fábrica de Sonhos*, Fortaleza, Casa José de Alencar: Programa Editorial, 1999.
- CANCLINI**, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Tradução: Heloisa Pezza Cintrão e Regina Lessa . 4ª. edição. São Paulo: Editora USP, 2003.
- CARVALHO**, Gilmar de. *História Viva – A Televisão no Ceará*. Fortaleza, Secretaria de Comunicação Social, 1985.
- _____. *A televisão no Ceará: Indústria Cultural, Consumo e Lazer*.. Fortaleza: OMNI Editora Associados, 2004.
- CASALECCHI**, José Enio. *O Brasil de 1945 ao Golpe Militar: da república liberal ao Golpe de 64 Getúlio, Juscelino, Jânio e Jango em busca de uma cultura popular*. São Paulo: Contexto, 2002.
- CASTRO**, J. L. Cartografia Urbana Fortalezaense na Colônia e no império e Outros Comentários. In *A Administração Lúcio Alcântara*. Fortaleza, Prefeitura Municipal de Fortaleza, 1982. p. 23 a 81.
- CERTEAU**, Michel. *A Invenção do Cotidiano: 1. Artes de fazer*. Tradução: Ephraim Ferreira Alves. 2ª edição, Petrópolis: Vozes, 1994.
- CERTEAU**, Michel, GIARD, Luce, Mayol, Pierre. *A Invenção do Cotidiano: 2. morar, cozinhar*. Tradução: Ephraim Ferreira Alves e Lúcia Endlich Orth. Petrópolis: Vozes, 1996.
- CHARTIER**, Roger. *Cultura Popular: Revisitando um conceito historiográfico*. In: Estudos Históricos. Rio de Janeiro, vol. 8, nº 16, 1995.
- COSTA LIMA**, Luiz, *Teoria da Cultura de Massa*, Rio de Janeiro, Paz e Terra, (1990),
- DANTAS**, Eustógio Wanderley Correia. *Mar à Vista: estudo da maritimidade em Fortaleza*. Fortaleza: Museu do Ceará; Secretaria da Cultura e Desporto do Ceará, 2002.
- DIAS**, **Maria Odila Silva**. 1998
- DUARTE**, Ana Rita Fonteles. *Carmen da Silva: O feminino na imprensa brasileira*. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2005.
- DUMMAR** Filho, João. *João Dummar, um pioneiro do rádio*. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2004.
- ECO**, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo, Perspectiva, 1993.
- EDGAR**, Morin. *Cultura de Massa no Século XX – O espírito do tempo*. 1ª edição, Rio de Janeiro. Forense Universitária, 1975.

- FREIRE**, Paulo & **GUIMARÃES**, Sérgio. *Sobre Educação* (diálogos). 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- GINZBURG**, Carlo. *O Queijo e os Vermes: o cotidiano de um moleiro perseguido pela inquisição*. São Paulo, Companhia das Letras, 1998.
- _____. *Mito, Emblemas, Sinais*. São Paulo: Companhia das letras, 1990.
- GIRÃO**, Blanchard. *Sessão das Quatro. Cenas e atores de um tempo mais feliz*. Fortaleza: ABC, 1998.
- _____. *Só as armas calaram a Dragão*. Rio – São Paulo – Fortaleza: ABC, 2005.
- GIRÃO**, Raimundo. *A Princesa Vestida de Baile*. Fortaleza: Editora do Instituto do Ceará, 1950.
- _____. *Geografia Estética de Fortaleza*. Fortaleza: BNB, 1979.
- HAMBURGUER**, Esther. “Diluindo Fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano”, in: *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: SP, Companhia das letras, 1998.
- HOBSBAWN**, Eric. *Era dos Extremos – O breve século XX (1914-1991)*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995
- IBGE** – *Censo Comercial e dos Serviços de 1960*. Paraíba, Pernambuco e Alagoas, VI Recenseamento Geral do Brasil. Série regional. V. 4, t. 4, p. 50 e Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, v. 4, t. 3, p. 76.
- JAGUARIBE**, Ana Elisabete Freitas Jaguaribe. *Labaredas no ar: a rádio Dragão do Mar e o cotidiano de Fortaleza (1958-1964)*. Fortaleza:UFC, Dissertação de Mestrado, 2005.
- JUCÁ**, Gisafran Nazareno Mota. *Verso e reverso do perfil urbano de Fortaleza (1945-1960)*. 1ª. Edição, São Paulo: Annablume; Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto do Ceará, 2000.
- LE GOFF**, Jacques. *História e memória*. Campinas: Ed. Unicamp, 1996.
- LIMA**, Venício Artur de. *Comunicação e Televisão: desafios da pós-globalização*. São Paulo; Hacker 2004.
- LIMAVERDE**, Narcélio. *Senhoras e Senhores: Histórias do Rádio e da TV dos anos 50*. Fortaleza: editora Vértice. s/d.
- LOPES**, Marciano. *Coisas que o tempo levou: a era do rádio no Ceará*. Fortaleza Gráfica VT, 1994.
- MACHADO**, Arlindo. *A Arte do Vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- MALUF**, Marina. *Ruídos da Memória*. São Paulo: Siciliano, 1995.

- MARTIN-BARBERO**, Jesus. *Dos meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- MATTOS**, Sérgio. *História da Televisão Brasileira*. Petrópolis, Editora Vozes, 2002.
- MORAES**, Fernando. *Chatô: O Rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- MORIN**, Edgar. *Cultura de massa no século XX – O espírito do tempo*. 1ª. edição, Rio de Janeiro. Forense Universitária, 1975.
- NORA**, Pierre. O retorno do fato. In: *História: novas abordagens*. Tradução de Theo Santiago. 4ª. edição, Rio de Janeiro. Editora: F. Alves, 1995.
- OLIVEN**, Ruben George. *Metabolismo Social da Cidade e outros ensaios*. Porto Alegre: Editora da URS, 1974.
- ORTIZ**, Renato em *A Moderna Tradição Brasileira*. Brasiliense: São Paulo, 1999.
- PATRÍCIO**, Edgard. *A voz do Ceará: comunicação e educação na trajetória da Rádio Clube de 1934 a 1948*, tese de doutorado defendida por na Faculdade de Educação da Universidade Federal do Ceará. 2005.
- PESAVENTO**, S. J. *A Pedra e o Sonho: Os caminhos do imaginário urbano*. Editora, local, ano
- PONTES**, Albertina Mirtes de Freitas. *A cidade dos clubes: modernidade e “glamour” na Fortaleza de 1950-1970*. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2005.
- PORTELLI**, Alessandro. *O Que Faz a História Oral Diferente*. In: Revista Projeto História. São Paulo, nº 167, 1997.
- RODRIGUES**, Marly. *A década de 50: populismo e metas desenvolvimentistas no Brasil*. São Paulo: Editora Ática, 2003, pg. 71.
- SANTOS**, Joaquim Ferreira dos. *Feliz 1958, O ano que não deveria terminar*. Rio de Janeiro: Editora Record, 1997.
- SILVA FILHO**, Antonio Luiz Macedo. *Na senda do moderno. Fortaleza, paisagem e técnica nos anos 40*. São Paulo: PUC, dissertação de mestrado, 2000.
- SIMÕES**, Inimá F, **DA COSTA**, Alcir Henrique, **KELH**, Maria Rita. *Um País no Ar: História da televisão brasileira em três canais*. Editora Brasiliense, São Paulo, 1986.
- SINGER**, Paul. *Economia Política da Urbanização*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1979.
- SODRÉ**, Nelson Werneck. In: *A História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1966.
- SOUZA**, Simone de (org). *Uma nova história do Ceará*. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2000.

- THOMPSON**, E. P. *As Peculiaridades dos Ingleses e outros artigos*. Campinas, SP, Editora da Unicamp, 2001.
- THOMPSON**, John B. *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 3ª edição, 1998.
- THOMPSON**, Paul. *A voz do passado – História oral*. São Paulo, Paz e Terra, 1992.
- TOUSSAINT**, Nadine de. *A economia da informação*. Rio de Janeiro, Zahar, 1979.
- VIDAL**, Márcia Nunes. *Rádio e Política: do microfone ao palanque: os radialistas políticos em Fortaleza (1982-1996)*. São Paulo: Annablume, 2000.
- WOLF**, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa, Portugal: Editorial Presença, 2002.

REVISTA

- Heterotopias/Faculdade 7 de Setembro – v. I, 2005 – Fortaleza: Book editora, 2005.
Publicação anual.

PERIÓDICOS

- Jornal Correio do Ceará. Fortaleza: 01/12/1959
- Jornal O Nordeste. Fortaleza: 03/12/1960
- Jornal O Nordeste. Fortaleza: 22/12/1964
- Jornal O Povo. Fortaleza: 04/01/1958
- Jornal O Povo. Fortaleza: 26/03/1960
- Jornal O Povo. Fortaleza: 18/03/1960
- Jornal O Povo. Fortaleza: 19/04/1960
- Jornal O Povo. Fortaleza: 02 /05/1960
- Jornal O Povo. Fortaleza: 20/06/1960
- Jornal O Povo. Fortaleza: 06/04/1969
- Jornal O Povo. Fortaleza: 25/11/1960
- Jornal O Povo. Fortaleza: 02/12/1960
- Jornal O Povo. Fortaleza: 08/12/1960
- Jornal O Povo. Fortaleza: 20/12/1960
- Jornal Última Hora, 28/03/1960.
- Jornal Unitário. Fortaleza: 11/10/1960
- Jornal Unitário. Fortaleza: 05/11/1959
- Jornal Unitário. Fortaleza: 25/11/1960
- Jornal Unitário. Fortaleza: 22/12/1960

Revista Publicidade e Negócio, 05-1949.

Revista Estudos Históricos. Rio de Janeiro, vol. 8, nº 16, 1995.

Revista Projeto História. São Paulo, nº 167, 1997.

ANEXOS COM FOTOS



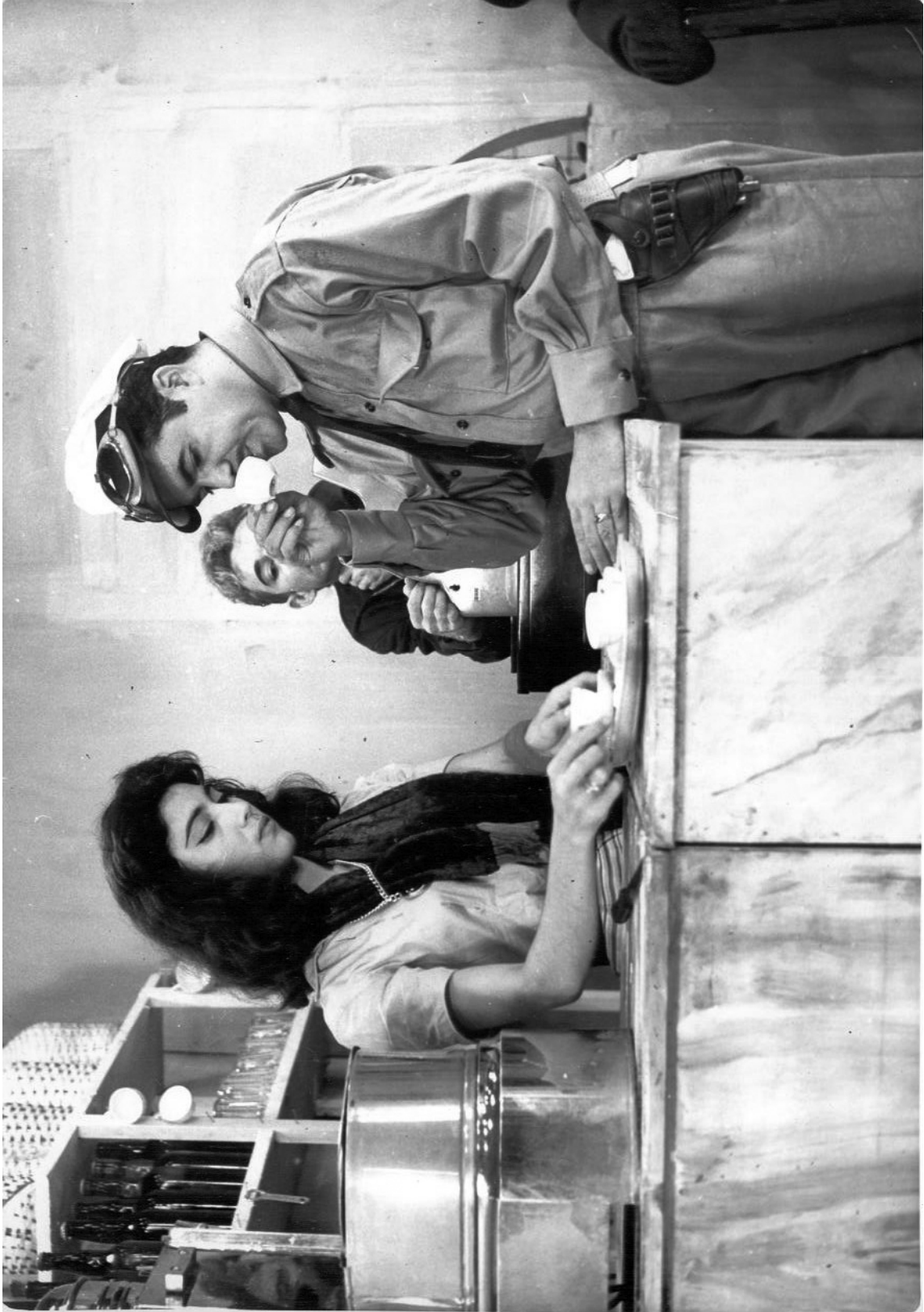


















Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)