

Mercado sergipano de televisão: TV Sergipe 40 anos¹

Joanne Santos MOTA²
César Ricardo Siqueira BOLAÑO³
Universidade Federal de Sergipe, Sergipe, SE

RESUMO

Em 2013, a TV completa 63 anos de atuação no Brasil. Sem um marco regulatório claro, o mercado de televisão desenvolveu-se de forma liberada e ao logo de sua história visou, principalmente, o mercado de consumo, tendo como objetivo principal sua sustentação empresarial e lucratividade ao lado de uma política de competitividade que opera praticamente sem limites ou obrigações. Em Sergipe, esse modelo não foi diferente. O objetivo deste artigo é, através da história da TV Sergipe, apresentar como a formação do mercado sergipano de TV aberta está inserido na dinâmica nacional o mercado brasileiro de televisão, como ele se estruturou ao longo de seus pouco mais de 40 anos.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão, Rádio, Sergipe, Economia Política da Comunicação..

INTRODUÇÃO

As profundas mudanças porque passou a sociedade brasileira no século XX sinalizam a predominância de um modelo de exploração dos serviços de radiodifusão voltados para a preservação dos interesses das velhas e novas oligarquias. A intensa circulação de informações que caracteriza nossa época é comandada por grupos que enfeixam a propriedade de várias empresas de ramos diversos. O melhor exemplo disso é o mercado de televisão.

No caso do Brasil, a formação do mercado de televisão tem início com a criação, em 1950, da TV Tupi Difusora, que pertencia ao Grupo Diários de Emissoras Associados. Desde sua origem, a TV acompanhou o modelo de rádio inaugurado no Brasil em 1922 que, se no início se organizava sob a forma de associações, logo adotou um modelo comercial, com financiamento indireto através da publicidade. Em Sergipe não foi diferente. Como veremos mais adiante, a primeira emissora de TV sergipana foi criada em 1971 e desde sua origem adotou um projeto focado na implementação do modelo político-econômico definido nacionalmente.

Bolaño (2000) aponta que o modelo capitalista de organização industrial, desenvolvido na primeira metade do século XX, estruturou a produção e a disseminação da

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Sergipe. Pós-Graduada no curso de Globalização e Cultura pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São. Email: joannemota@hotmail.com.

³ Professor do Curso de Economia da Universidade Federal de Sergipe (UFS), email: bolano.ufs@gmail.com.

informação, do conhecimento e da cultura de forma desigual para os diferentes meios. Com isso, articulou um aparelho industrial, que se opõe ao conceito de serviço público e constrói um novo ambiente, no qual os meios de comunicação se desenvolveram sem problemas. O autor frisa que outro fator a ser considerado é o do fenômeno da reestruturação capitalista, fato que transforma as relações econômicas e provoca o alargamento das assimetrias sociais e da exclusão.

O aumento da possibilidade de acesso a informação, potencializado pelo desenvolvimento das tecnologias e a própria expansão do sistema marcaram esse fenômeno. Em termos gerais, a massificação da informação que caracteriza a expansão capitalista é sobretudo uma contradição.

Há, portanto, uma contradição fundamental entre a essência de uma informação de classe e sua aparência como informação de massa, a mesma contradição que há entre o igual e o desigual, entre o contraditório e o não-contraditório que caracterizam a ideologia burguesa a LIBERDADE DA INFORMAÇÃO. Quanto maior o número dos capitais individuais ou das instituições públicas que participam do monopólio da informação, mas se reforça a aparência de igualdade (BOLAÑO, 2000, p. 51).

O autor analisa, em diferentes momentos, os diversos mecanismos que tornaram a comunicação de massa parte da dinâmica capitalista. Nesse sentido, a dicotomia publicidade/propaganda, no interior do processo de desenvolvimento da Indústria Cultural, é apresentada como elemento fundamental na estruturação dos modelos de comunicação concretos sob o capitalismo monopolista.

Se, do ponto de vista da coesão social, a informação adquire a forma de propaganda, sendo monopolizada pelo Estado e pelos setores capitalistas que controlam os meios de comunicação de massa, do ponto de vista da acumulação do capital ela adquire a forma de publicidade, a serviço da concorrência capitalista (IBIDEM, p. 53).

Assim, “a contradição entre publicidade e propaganda não confunde mas se justapõe à contradição de interesses entre Estado e capital com relação aos meios de comunicação” e cada modelo nacional de organização do sistema de comunicação pode ser entendido como modelo específico de regulação (BOLAÑO, 2000, p. 54).

No que se refere ao mercado de televisão no Brasil, por exemplo, Bolaño (2004) explica que, em 1970, tem início um processo de mudanças com uma fase de destruição da estrutura preexistente para a edificação de mecanismos estabilizadores que assegurassem a primazia da líder. Para tanto, o autor sinaliza que investimentos e novas estratégias serão fundamentais nesse processo. “Os investimentos serão dirigidos em dois sentidos: o da consolidação da rede e o da configuração de um inconfundível padrão de qualidade, marca

registrada da rede na negociação em nível nacional, local e internacional” (IBIDEM, p. 128). Ele acrescenta que a situação política e econômica dos países naquele momento também contribuiria para a formação do mercado oligopólico de TV.

A situação política e econômica em que se encontrava o país iria facilitar esse intento. Primeiro, ao garantir a estabilidade do mercado televisivo, que só viria a sofrer alterações significativas respaldadas no processo de concessões no final do período e, principalmente, no final dos anos 1980. Em segundo lugar, o processo de desenvolvimento econômico acelerado que se vivia permitia a expansão do mercado consumidor em todos os sentidos, até mesmo pela incorporação de grandes contingentes de trabalhadores ao processo, fato que, ao beneficiar o setor produtor de bens de consumo para assalariados, beneficiava também as empresas do setor de comunicações que se dirigiam prioritariamente ao públicos de menor poder aquisitivo. Esse fato permitirá a sobrevivência das empresas menores, cuja programação incluirá todos os programas “popularescos” de que a Globo vai se descartando quando começa a construir o seu “padrão” (BOLAÑO, 2004, p. 128).

Bolaño lembra ainda que essa estrutura facilitará a Rede Globo traçar um modelo de negócio que construirá as bases necessárias para o avanço da rede no mercado externo com um padrão competitivo em nível mundial. “Em 1976, a novela ‘O Bem Amado’ era exportada para dezessete países da América Latina, inclusive o México, maior rival da Globo na área, onde, por muito tempo, manteve um predomínio incontestável” (2004, p. 134).

Tal conjuntura aponta sinaliza que a TV brasileira, desde sua origem, se desenvolveu de forma descontrolada, com emissoras traçando uma programação de entretenimento, definida segundo parâmetros puramente comerciais. Ao longo de sua história, a TV comercial visou, principalmente, o mercado, tendo como objetivo principal sua própria sustentação empresarial e lucratividade. Sem restrições, seja no sentido de criação de obrigações no que se refere ao seu conteúdo e grade de programação, seja na criação de mecanismos de defesa da concorrência⁴, alimentando as formas oligopolistas de organização do setor.

Nesse sentido, o presente artigo apresentará como essa lógica foi implantada em Sergipe. Através da história de sua principal emissora, a TV Sergipe, exporemos um *frame* da formação do mercado de televisão aberta em Sergipe, que acaba de fazer 40 anos.

RADIODIFUSÃO EM SERGIPE: INÍCIO DE UM BOM NEGÓCIO

A radiodifusão é implantada em Sergipe em 1939, através do Decreto Lei nº 171, assinado pelo interventor federal do estado Eronildes de Carvalho, que cria a primeira

⁴ Sobre a defesa da concorrência veja KOLESKI, Fábio Lúcio. Defesa da concorrência na TV por Assinatura: a lógica da experiência brasileira. Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção de título de Mestre ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, em Abril de 2010.

emissora de rádio do estado, a Rádio Difusora AM, hoje Rádio Aperipê AM. Segundo Maynard (2006), em 1942, a emissora passa a ser administrada pelo interventor federal Augusto Maynard Gomes, que muda seu nome para Rádio Difusora de Sergipe PRJ-6 e a transfere para o Palácio Serigy. Sob a tutela de Augusto Maynard Gomes, a emissora passa por sua primeira reestruturação, que seguindo o modelo nacional, se apoiaria na implantação de uma programação informativa e popular.

Embora o rádio em Sergipe fosse pouco difundido, a Rádio Aperipê tornou-se um veículo estimulante para o comércio. Além disso, a partir de um projeto de Estado, alinhado a ideais privados, o mercado de rádio sergipano se firmava perante seu público, que o adotou como entretenimento indispensável.

Em 1942, como forma de ampliar o potencial de cobertura e modernizar sua estrutura, a Rádio PRJ-6 é entregue à iniciativa privada, através de regime de concessão, e passa a ser dirigida pelo empresário Augusto Luz, proprietário do melhor cinema de Aracaju, o ‘Guarany’, e de um carro de propaganda. A mudança possibilitou a emissora PRJ-6 ganhar as feições das emissoras da época, o que ampliou seu poder de influência na época (MELO; CORRÊA; ANJOS; NEVES, 2002).

Para Maynard (2006), a participação da iniciativa privada e o fortalecimento do setor comercial da emissora foram fatores que acompanharam uma tendência nacional da época e tornaram-se fundamentais para a reestruturação do modelo de negócio da PRJ-6. Diversos produtos e marcas eram propagandeados: Gessy Lever, Melhoral, Kolynos, entre outros. A presença crescente desses produtos sinalizava o avanço do consumo e a americanização de hábitos (MAYNARD, 2006, p. 83).

Em 1953, é criada a segunda emissora de rádio em Sergipe, a Rádio Liberdade AM, de propriedade do industrial Albino Silva da Fonseca. Foi fundada para fazer oposição ao governo da época e se destacou por lançar o Rádio Teatro na região (SANTANA, 2009). Em 1958, fundada com o apoio do Partido Republicano (PR) e do então presidente da República Juscelino Kubitschek, é criada a Rádio Jornal. Em 1959, é inaugurada a primeira estação com foco na programação religiosa, a Rádio Cultura AM, emissora idealizada por Dom José Vicente Távora, então bispo de Aracaju. Em 1968, o usineiro e industrial Augusto do Prado Franco inaugura a Rádio Atalaia AM.

Segundo Gomes (2009), somente em 1979 é criada a primeira emissora de rádio em Frequência Modulada (FM) no estado, a Rádio Atalaia FM-93,5, que rompe com o modelo de rádio praticado até então em Aracaju. Atualmente, as emissoras Atalaia AM e Atalaia FM integram o sistema Atalaia de Comunicação S/A, controlado pelo empresário Valter do Prado Franco, irmão do ex-governador Albano do Prado Franco. O autor destaca que em 2005 as emissoras foram arrendadas à IURD.

Atualmente, funcionam em Sergipe 64 emissoras de rádio – FM, AM, educativas e comunitárias. Em junho de 2011, o Ministério das Comunicações divulgou lista dos donos das concessões em funcionamento no Estado. Das 30 emissoras de rádio comercial em funcionamento, 11 estão ligadas a grupos políticos, 2 a grupos religiosos, 5 a grupos empresariais – construção civil, coleta de lixo, transporte, para citar os mais importantes – que prestam serviços a governos municipais, e 2 a grupos de comunicação de fora do Estado.

Góes (2009) enfatiza que a formação do mercado de rádio em Sergipe acompanha o modelo desenvolvido nacionalmente. Segundo ele, desde a sua formação, as programações das emissoras de rádio sergipanas não se diferenciavam das nacionais e as motivações políticas e religiosas sempre estiveram no cerne do desenvolvimento destes mercado, o qual serviu de modelo para a formação do mercado de televisão no estado.

A TV EM SERGIPE 40 ANOS DEPOIS

A televisão é inaugurada em Sergipe no final de 1971, com a criação da TV Sergipe, Canal 4, afiliada à Rede Tupi de Televisão. Mas, as primeiras transmissões ocorreram bem antes deste ano, em 1965, quando foi instalada em um dos pontos mais altos da capital, no Morro do Urubu, a antena repetidora da TV Tupi. Segundo artigo publicado no diário matutino Sergipe Jornal, Irineu Fontes, representante comercial da empresa *Empire* de Rádio e Radiolas no Estado, após viagem ao Sudeste, articula com o então prefeito de Aracaju, Godofredo Diniz, do Partido a Aliança Renovadora Nacional (Arena), a compra e implantação da primeira antena de transmissão no estado (SERGIPE JORNAL, 1969).

Para que o negócio tivesse êxito e estimulasse o interesse da sociedade, a prefeitura de Aracaju também assumiu “todas as dívidas antigas e futuras para implantar a televisão na capital e iniciar a distribuição do serviço” (SERGIPE JORNAL, 1964a, p. 3). Com a instalação da antena repetidora e de diversos televisores em pontos estratégicos da capital, os aracajuanos puderam receber, mesmo que de forma muito precária, o sinal da TV Jornal do Comércio, de Recife (PE), e da TV Itapoan Canal 5, de Salvador (BA). É importante dizer que ao dar as condições básicas para a instalação da TV, o governo da época fomentava em Sergipe a formação de um mercado consumidor que tentou, de alguma maneira, reproduzir o modelo nacional, o que chamou a atenção dos empresários e empreendeu uma nova dinâmica para o mercado local.

Tempos depois, o radialista e político Nairson Menezes, com o apoio dos empresários Francisco Pimentel Franco, Josias Passos, Getúlio Passos, José Alves, Hélio Leão, Augusto Santana, Paulo Vasconcelos, Lauro Menezes e Luciano Nascimento, inicia a elaboração do projeto de implantação da primeira emissora de TV em Sergipe. Esses

empresários formariam posteriormente a primeira diretoria da TV Sergipe. A partir da união do poder político com o poder econômico, cria-se uma Associação Anônima, da qual 10% das ações foram leiloadas ao público e 90% distribuídas entre os idealizadores que criariam a emissora Rádio e Televisão de Sergipe, a TV Sergipe Canal 4 (IBIDEM).

Na segunda metade da década de 1960 a televisão sergipana funcionou graças a licenças provisórias que liberaram seu funcionamento em caráter experimental, com transmissões especiais como a ida do primeiro astronauta à Lua e jogos de futebol. Somente em 15 de novembro de 1971 é que a empresa Rádio e Televisão de Sergipe Canal 4 consegue a licença definitiva para funcionar, com uma grade de programação que iniciava a apresentação dos conteúdos no final da tarde e encerrava à zero hora todos os dias.

Luciano Correia (2007) lembra que a chegada da televisão no estado estava associada ao progresso que avançava na região Nordeste. Pois, naquela mesma década, Sergipe, a partir dos investimentos feitos pela Petrobrás nos campos de Carmópolis, marco da industrialização no estado, inicia um processo de reconfiguração social, amparado na ampliação da urbanização das cidades e do seu aumento populacional.

As décadas de 1970 e 1980 foram centrais para o desenvolvimento do estado. Nesse período o número de automóveis cresceu cinco vezes mais, e o de geladeiras mais que triplicou⁵. Dantas (2004, p. 206) destaca que houve um boom no mercado interno fomentado pelo avanço dos meios de comunicação, especialmente com a multiplicação dos aparelhos de TV. “Além dos telefones, os aparelhos de TV multiplicavam-se ano a ano, formando opiniões, alterando atitudes, influenciando as pessoas em suas crenças e valores. Novas exigências de consumo foram se incorporando ao cotidiano das classes média e alta”.

A primeira transmissão realizada pela TV Sergipe, depois de sua inauguração em novembro, foi a apresentação de um show do cantor americano *Johnny Mathis*. Um presente oferecido pelo primeiro parceiro comercial da emissora. “O patrocínio foi muito importante, o sucesso foi tão grande, através de anúncios na TV Sergipe, que chegamos ao ponto de ter de controlar a entrada das pessoas no lançamento”⁶.

Dantas (2004, p. 292-293) lembra que dois fatores foram centrais para a disseminação da TV em Sergipe: o primeiro foi a popularização das antenas parabólicas e o outro foi a interiorização e ampliação da energia elétrica. Com uma estrutura mínima chegando a todos “os municípios e povoados, a TV passou a predominar, prendendo o público com seus programas de auditórios, noticiário, novelas e filmes, operando homogeneização sem precedente de determinados padrões culturais”.

⁵ Indicadores Sociais de Sergipe. Governo do Estado de Sergipe – Secretaria de Planejamento, Instituto de Economia e Pesquisas (INEP). Aracaju, V. 3, 1981, p. 152.

⁶ BARRETO, Humberto Teles. CAMPOS, Luiz Carlos. Depoimento, em vídeo, dado pelo diretor geral da TV Sergipe na passagem do aniversário de 35 anos da TV Sergipe.

De acordo com o autor, os programas que compunham a grade naquela época iam desde programas locais, apresentações de artistas, filmes e documentários, cedidos na época pelas embaixadas da França e da Alemanha, a *insights* noticiosos. Além disso, esse processo de organização da grade de programação também impulsionou a construção de uma grade comercial e a formação de agências de publicidade no Estado. No que se refere aos profissionais que dariam vida à nova televisão, a TV Sergipe seguiu o exemplo nacional e buscou o apoio de profissionais do rádio e do cinema. Correia (2007, p. 91) explica que a imposição do fazer ao vivo tornou-se uma espécie de escola para os profissionais da época, que se revelaram na necessidade do imprevisto e da criatividade. Segundo ele, “em um primeiro momento as externas eram feitas em película de 16 mm, o que além de caro exigia verdadeiros malabarismos por parte dos profissionais”.

Em editorial publicado no diário Gazeta de Sergipe, em 1971, Luiz Antônio Barreto reconheceu que a chegada da televisão à capital se configura como um avanço. Além disso, destaca que, mesmo com todo o empenho para implantar a primeira TV, Sergipe foi um dos últimos estados a se inserir nesse processo. “Aqui a comunicação tem sido pelo rádio e por êle somos dominados há muito anos” (BARRETO, 1971a, p. 3).

Para o historiador, a chegada da TV abre espaço para um mundo que Sergipe ainda não conhecia, porém antes de apresentar o Brasil aos aracajuanos, a nova tecnologia deveria dar espaço para o que era produzido localmente. Ao analisar a programação da nova emissora após um mês de sua inauguração, Barreto faz a seguinte ponderação

a grande maioria dos programas apresentados em Sergipe são resultado de um acordo entre nossa TV e uma firma paulista que promove as Emissoras Associadas. Significa dizer que teremos uma programação com base na programação das TVs Tupy do Rio e São Paulo. E é uma programação não muito boa mesmo porque só mostra uma parte do que se faz no Brasil em termos de televisão (BARRETO, 1971c, p. 3).

Assim, a programação local se ressentia da invasão dos conteúdos vindos do Sudeste.

A programação feita em Sergipe, por gente da terra, foi chutada para escanteio, num desestímulo que não concordamos que exista em nossa terra. Somos pobres de valores artísticos e sabemos das nossas limitações, no entanto, precisamos imprimir as nossas características naquilo que nos custa suor e sangue (...) Somos por uma TV mais nossa, onde nossas coisas possam aparecer como verdades, como acontece em Minas quando as câmeras de TV viajam a Diamantina e filmam serenatas ou outras manifestações do povo mineiro (BARRETO, 1971c, p. 3).

O Quadro 2 apresenta o número de programas produzidos em Sergipe na década de 1970.

QUADRO 2: PROGRAMAÇÃO DA TV SERGIPE NO INÍCIO DA DÉCADA DE 1970⁷

Conteúdo	Categoria	Programas	Total de programas
Internacional	Cultura	Documentários da Embaixada da França e da Alemanha	2
	Informação	Debates oferecidos pela Embaixada Norte Americana	
Nacional	Informação	Jornal Nacional; Jornal Hoje – parte nacional	7
	Esporte	Globo Esporte; Jogos de Futebol	
	Cultura	Festivais de Música	
	Comportamento	TV Mulher – parte nacional	
	Entretenimento	Novelas	
	Auditório	Flávio Cavalcanti	
Local	Jornalístico	Tele Notícias (1º edição); Sergipe Notícias; Jornal Hoje – parte local; Bom dia Interior; Sergipe Rural;	22
	Esporte	No campo do 4; Bola 4;	
	Cultura	Festivais de Música; Agenda da Capital;	
	Comportamento	Sergipano Frente-a-Frente; Sábado Geral;	
	Entretenimento	TV Mulher – parte local; Um Show nosso de cada dia; Hora H; Show é Você; Sábado é nosso; Tudo ou Nada; Domingo Alegre; Tempo de Criança; Clube Júnior;	
	Religioso	Presença da Igreja; Momento de Paz;	
TOTAL			31

Fonte: Jornal Gazeta de Sergipe (1971-1976). Elaboração nossa.

Em outubro de 1973, a TV Sergipe deixa a Rede Tupi e se torna afiliada da Rede Globo de Televisão⁸. A adoção do padrão tecnoestético da Globo forçará uma mudança na forma de fazer televisão, à semelhança do que ocorria em todo o país.

No que se refere à mudança de padrão, Brant (2005) explica que com a criação da Globo Nordeste, em 1971, é implementando uma programação de rede que entende as afiliadas como extensão da sua programação nacional, mesmo quando essas afiliadas pertencem a grandes sistemas de comunicação locais, a exemplo da TV RBS, do Rio Grande do Sul, e do Sistema Mirante, no Maranhão. Segundo ele, ao obedecer às diretrizes da rede, as afiliadas iniciam a consolidação de um novo modelo, distante da realidade local. O autor advoga que o modelo de telejornalismo da Rede Globo, bem como seu padrão visual, contribuem para a elaboração de uma identidade nacional midiática, criando um modelo jornalístico baseado no modelo americano e uma imagem de país que reflete o “carioca *way of life*”. Brant lembra que a criação do Jornal Nacional, em 1969, o primeiro a ser exibido em

⁷ Conferir vídeo de aniversário dos 35 anos da TV Sergipe.

⁸ De acordo com Lusvarghi (2009, p. 8), “a Globo se instala em 1970 com sede própria, sem afiliadas, no Recife, criando a TV Globo de Recife. O projeto de regionalização da Rede Globo fica evidente inclusive dentro da forma como ela se relaciona com os sistemas locais, as organizações mais complexas que integram a rede nacional de cobertura, hospedados em seu website como se fossem extensões departamentalizadas de sua cobertura, tratadas visualmente de forma a diluírem a sua identidade corporativa”.

rede, é emblemático deste processo, e ao longo da década de 1970 surgirão as edições regionais dos telejornais (BRANT, 2005).

É interessante lembrar que o sucesso do Jornal Nacional, que estava sendo transmitido em rede desde 1969, também influenciou muito os modelos de produção e de organização da programação dos conteúdos jornalísticos de suas afiliadas. Nesse sentido, obedecendo as definições previstas em contrato com sua cabeça de rede, a TV Sergipe precisou repensar seu quadro de funcionários, que naquela época era estritamente formado por profissionais vindos do rádio, do cinema e dos jornais impressos, o que exigiu investimentos na qualificação de pessoal e na compra de novos equipamentos.

Diante dessas exigências e das dificuldades financeiras, a sociedade anônima é desfeita e a TV Sergipe é vendida, em 1976, para o Grupo Aratu da Bahia. Principal concorrente da TV Itapoan, a TV Aratu, retransmissora da TV Globo na época, entrou no ar em 15 de março de 1969, na gestão do governador Luís Viana Filho, com o compromisso de cumprir horários e reforçar a programação local. Aragão, Menezes e Santos (2006) destacam que a compra da TV Sergipe fazia parte de um projeto audacioso: formar uma rede de televisão no Nordeste. Com os novos proprietários a emissora recebe uma injeção de capital e de experiência, além de novos equipamentos, como câmeras de estúdio mais modernas. Uma nova torre é montada com o objetivo de garantir maior qualidade para as transmissões.

A compra da TV Sergipe representou para o Grupo [TV Aratu] uma concretização de uma ideia, em que nós faríamos uma Rede Nordeste de Comunicação, na qual pudéssemos apresentar, basicamente, os hábitos e conceitos da vida do nordestino de uma forma mais evidente para a Globo Nacional⁹.

Para concretizar esse projeto, o jornalista Mozart Santos¹⁰ foi enviado para dirigir a uma nova fase da emissora sergipana, com foco no jornalismo e na ampliação do conteúdo regional. A perspectiva da TV Aratu era de criação de uma rede independente no Nordeste, com sede em Salvador, que não se limitaria a reproduzir os conteúdos da Rede Globo, mas trataria inclusive de estimular a transmissão dos seus próprios conteúdos pela cabeça de Rede.

No entanto, o projeto não vingaria. Em 1983, a emissora sergipana sofreria diversas sanções dos órgãos fiscalizadores, o que geraria intervenções sucessivas da cabeça de rede e a

⁹ JESUÍNO, Carlos Alberto. Depoimento para o vídeo de aniversário dos 35 anos da TV Sergipe pelo ex-proprietário da TV Aratu.

¹⁰ SANTOS, Mozart. Entrevista Concedida em 17 de Março de 2012.

troca da direção do departamento de telejornalismo por três vezes¹¹, passando por sérios problemas de gestão. Desse modo, a TV Sergipe é revendida à família Franco¹².

Mozart Santos continuou a dirigir o setor de telejornalismo da emissora. Segundo ele, com a mudança de gestão, a TV Sergipe passa a concentrar seus esforços no setor de telejornalismo reduzindo, quando não extinguindo, setores que ainda produziam algum conteúdo local ou regional. É interessante notar que, desde seu retorno para as mãos da família Franco, a TV Sergipe passou, em diferentes momentos, por mudanças técnicas e de gestão, mas essa tendência de privilegiar o conteúdo da matriz não se alteraria, aprofundando-se, aliás, com o passar do tempo.

Durante depoimento para o vídeo de aniversário dos 35 anos da TV em Sergipe, Carlos França, diretor de jornalismo da TV Sergipe, destacou que em 1987, por exemplo, a emissora sofre uma reestruturação, totalmente focada na produção de notícias.. Geraldo Alcântara¹³, diretor geral da emissora, destaca que em 2006, por orientação da rede, a TV Sergipe passou por uma ampla reforma administrativa, o objetivo central das mudanças era colocar a TV na corrida digital. Mais uma vez, as mudanças não influenciariam em nada a grade de programação da emissora.

QUADRO 3: PROGRAMAÇÃO DA TV SERGIPE EM DEZEMBRO DE 2012

	Programa	Horário	Duração
Jornalísticos	Bom Dia Sergipe	De segunda a sexta às 6h30	60 minutos
	SETV 1ª Edição	De segunda a sexta às 12h05	35 minutos
		Sábados às 12h05	10 minutos
	SETV 2ª Edição	De segunda a sexta às 19h10	23 minutos
Sábados às 19h15		26 minutos	
Esporte	Globo Esporte Se	De segunda a sexta às 12h40	7 minutos
		Sábados às 12h40	12 minutos
	Viva Esporte	Sábados, 13h45	55 minutos
Variedades	Terra Serigy	Sábados, 12h	25 minutos
Rural	Estação Agrícola	Domingos, 7h00.	23 minutos

Fonte: TV Sergipe. Elaboração nossa, com base no acompanhamento das transmissões realizadas entre os dias 24 e 30 de dezembro de 2012.

¹¹ JORNAL DA CIDADE. Uma mudança de direção. Jornal da Cidade, Aracaju, n° 3431, p. 6, Agosto. 1983.

¹² A TV Aratu tinha como principal concorrente, na Bahia, a TV Itapoan, que foi inaugurada em 1960. Em março de 1985 é inaugurada a TV Bahia, por Antônio Carlos Magalhães, que inicialmente filiou-se à Rede Manchete e os problemas da TV Aratu só pioram. Em 1986, a TV Bahia passa a retransmitir o sinal da Rede Globo, torna-se rapidamente a emissora líder de audiência no estado. Para Jambeiro (2001) essa mudança foi considerada uma retribuição do empresário Roberto Marinho ao apoio dado por Antônio Carlos Magalhães, então ministro das Comunicações do governo Sarney, no polêmico caso da NEC, adquirida pela Rede Globo, e que resultou inclusive em uma Comissão Parlamentar de Inquérito no Congresso Nacional.

¹³ ALCÂNTARA, Geraldo. Depoimento concedido ao vídeo de aniversário dos 40 anos da TV Sergipe pelo diretor geral da TV Sergipe.

O Quadro 3 apresenta o número de programas que compõem a grade diária da TV Sergipe em 2012 e a sua duração. De segunda a sexta são exibidas, diariamente, cerca de duas horas de conteúdo jornalístico e esportivo, aos sábados esse número cai para uma hora e trinta em três minutos, aos domingos a queda é ainda maior, fica em torno de vinte e três minutos. Ou seja, de segunda a sexta, a Rede Globo exhibe, através da TV Sergipe, vinte uma horas e cinquenta e cinco minutos de conteúdo nacional. Nos finais de semana esse número sobe ainda mais, aos sábados 22 horas e 27 minutos e aos domingos 23 horas e 37 minutos.

Correia (2007) explica que a estruturação da grade de programação da TV Sergipe demonstra o tamanho do poder da rede. No entanto, ele lembra que nem todas as afiliadas da Rede Globo seguem a risca essa lógica e cita o caso da Rede Brasil Sul (RBS).

A RBS gaúcha, que, além de exibir seu programa agrícola local (Campo Lavoura, 35 minutos de duração), também apresenta o Galpão Crioulo (60 minutos), a revista eletrônica Teledomingo (50 minutos) e a resenha esportiva Lance Final (20 minutos). São duas horas e 45 minutos de programação local, sem considerar as duas horas que emissoras como a RBS utilizam nas transmissões de futebol do campeonato regional. A TV Sergipe, nos domingos, transmite a mesma partida anunciada pela cabeça de rede. O campeonato sergipano de futebol jamais foi programado pela emissora (IBIDEM, p. 93).

Seja como for, é notória a dependência a TV Sergipe em relação à Rede Globo, o que contrasta com o compromisso exposto pela emissora sergipana em sua carta ‘Pilares Organizacionais’¹⁴, exposta no portal da emissora na internet. Ou seja, a TV Sergipe não cumpre com o objetivo de estimular a criatividade e nem mesmo de retratar os aspectos culturais e as realidades locais e regionais.

O início das transmissões da TV Sergipe em HDTV foram realizadas em dia 1º de março de 2010, mas o seu sinal digital já era captado por alguns telespectadores desde 2009, quando a emissora começou a retransmitir seriados, novelas e jogos de futebol em caráter experimental. Em fevereiro de 2010, o programa Terra Serigy era também produzido, editado e exibido no novo sistema. Segundo Navarro (2011), com o advento da tecnologia HDTV, a TV Sergipe passou por um longo processo de reestruturação, com a modernização e ampliação da sua estrutura física e de pessoal, especialmente “festejada” pelo Departamento Comercial.

“Agora nossos parceiros podem explorar a maior dimensão do formato da tela 16x9. Isso significa mais espaço para exibir suas marcas e seus produtos. E isso tudo, claro, com uma imagem e som de cinema (...) o Departamento de Jornalismo também já colhe os primeiro frutos do sistema HDTV. Graças

¹⁴Pilares Organizacionais: <http://redeglobo.globo.com/se/tvsergipe/noticia/2012/01/pilares-organizacionais.html>. Acessado em: 09.06.2011.

ao novo sinal, por exemplo, o Terra Sergipe trouxe imagens do cânion do rio São Francisco com uma beleza jamais vista, fruto da possibilidade de captação de imagens com mais nitidez, brilho e profundidade”¹⁵.

Em seu relato, Navarro (2011) aponta que, desde o processo de implantação da tecnologia HDTV, a TV Sergipe deixa clara sua preferência pela alta qualidade de imagem em detrimento da multiprogramação. “A nova tecnologia amplia o resultado final da nossa equipe de jornalismo, pois possibilita que os telespectadores vejam, com imagem e som de alta qualidade, o trabalho desta diferenciada e vitoriosa equipe”¹⁶.

CONCLUSÃO

O cenário acima apresenta como se estruturou do mercado de TV aberta em Sergipe e de como se cristalizou sua dependência ao mercado de TV nacional. Ficou claro que, ao longo de sua formação, as redes de TV aberta no Brasil se desenvolveram de maneira verticalizada e encontrou nas afiliadas a receita eficiente para a sua consolidação. Além disso, constatamos que os atores nacionais participam diretamente da produção e programação das emissoras, aos atores regionais coube apenas garantir a penetração desses conteúdos nas regiões fora do espectro magnético de atuação das redes.

Ao analisar a linha do tempo da formação do mercado sergipano de TV, verificamos que em um primeiro momento a TV cumpriu um outro papel, não porque sua rede – TV Tupi – assim o quisesse, mas porque naquele momento o padrão que iria nortear o setor ainda estava em uma fase embrionária.

Somente com a inauguração do Jornal Nacional, em 1969, pela Rede Globo, é que se constroem as condições necessárias para a lógica de mercado que nortearia a TV até os dias de hoje. Ou seja, a racionalidade capitalista sistematizada pelas redes, que observada por Bolaño (2004), não seria computada ao funcionamento da emissoras locais, pelo contrário elas se tornariam reféns desse processo.

Ao interiorizar os conteúdos das cabeça de rede, a TV Sergipe consolidou o que advogamos de “carioca *way of life*”. Além disso, ao consolidar a produção da rede, ampliou os níveis da audiência, que se converteram em valor e foram agregados ao espaço publicitário das redes nacionais. Essa dinâmica gera dois problemas: primeiro, os conteúdos transmitidos são, essencialmente, dependentes das constelações culturais do eixo Rio-São Paulo, e deixa de lado a essência das culturas regionais e locais; segundo, inviabiliza o fortalecimento da

¹⁵ NAVARRO, Fredson. Dia de Festa: TV Sergipe comemora 39 anos. Disponível em: <http://emsergipe.globo.com/noticias/visualizar/158465>. Publicado em: 15.11.2011. Acessado em: 14.01.2012.

¹⁶ IBIDEM.

produção audiovisual regional, sobretudo a produção independente, nas regiões fora do eixo hegemônico.

Outra questão tratada pelo trabalho foi a relação da emissora com os representantes da política local. Ao longo de sua história, o rádio e a TV desempenharam o papel de fortalecer o poder das oligarquias locais, além disso esses meios legitimaram um modelo de poder que foi construído durante todo o século XX. Ou seja, para estas oligarquias os meios de comunicação possuem apenas uma função: garantir os interesses de uma minoria que historicamente se manteve no poder.

REFERÊNCIAS

ARAGÃO, Joanna M., MENEZES, Juliana C. F. de, SANTOS, Lourivânia, S. Caixa Mágica: um resgate da história da TV em Salvador. Salvador: Faculdade Social da Bahia/Curso de Jornalismo, 2006.

BARRETO, Humberto Teles. CAMPOS, Luiz Carlos. Depoimento, em vídeo, dado pelo diretor geral da TV Sergipe na passagem do aniversário de 35 anos da TV Sergipe.

BARRETO, Luiz Antônio. Falta apenas a data para as inaugurações da TV Sergipe. Publicado na Gazeta de Sergipe, Ano XVI, nº 4.536, p. 8, Setembro de 1971a.

BOLAÑO, C. R. S. Mercado Brasileiro de Televisão. 2ª. ed. São Paulo-Aracaju: Editoras EDUC-SP e EDUFS-SE, 2004.

IBIDEM_____. Indústria cultural, informação e capitalismo. São Paulo: Hucitec. 2000.

BRANT, Leonardo. (Org.) Diversidade cultural, globalização e culturas locais: dimensões, efeitos e perspectivas. São Paulo: Editora Escrituras; Instituto Pensarte, 2005.

CAMPOS, Luiz Carlos. Depoimento, em vídeo, dado pelo diretor geral da TV Sergipe na passagem do aniversário de 35 anos da TV Sergipe.

CAPARELLI, Sérgio. Televisão e Capitalismo no Brasil. Porto Alegre: L&PM, 1982.

CONSTITUIÇÃO FEDERAL, Capítulo 5º da Comunicação Social, Artigo 221. Disponível em: <http://goo.gl/69Mok>. Acessado em: 05.01.2012.

CORREA, Luciano Correa. TV Caju e TV Cidade, o conteúdo local no mercado de televisão por assinatura em Aracaju. Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção de título de Mestre ao Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, em 2007. Disponível em: http://IBIDEM.ufrgs.br/infotec/teses07-08/resumo_7077.html. Acessado em: 21.03.2011.

CORREA, Luciano Correa. Entrevista concedida pelo diretor-presidente da TV Aperipê, Aracaju 10 de outubro de 2011. Disponível em: <http://IBIDEM.eptic.com.br/site/luciano-correia-mercado-de-tv-em-sergipe-40-anos-depois/>.

DANTAS, Ibarê. História de Sergipe República (1889 – 2000). Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2004.

GAZETA DE SERGIPE. A TV Será uma realidade. Gazeta de Sergipe, Aracaju, Ano XVI, nº 4.488, p. 8, Julho. 1971a.

_____. Bairros terão televisores. Gazeta de Sergipe, Aracaju, Ano XVI, nº 4.494, p. 8, Julho. 1971b.

_____. TV em fase definitiva em Setembro. Gazeta de Sergipe, Aracaju, Ano XVI, nº 4.514, p. 6, Agosto. 1971c.

_____. Decisão para TV Sergipe vai sair esta semana. Gazeta de Sergipe, Aracaju, Ano XVI, nº 4.531, p. 3, Agosto. 1971d.

_____. Corsetti promete integrar Sergipe no plano nacional de comunicações. Gazeta de Sergipe, Aracaju, Ano XVI, nº 4.548, p. 3, Agosto. 1971e.

GÓES, José Cristian. A Comunicação Social em Sergipe. Texto apresentado durante a Seminário “A participação popular como forma de democratizar a comunicação”, que ocorreu no dia 19 de março de 2009, evento preparatório para a Conferência Estadual de Comunicação de Sergipe. Disponível em: <http://goo.gl/9z31M>. Acessado em: 02.04.2009.

GOMES, Rafael de J. "Rádio Digital: As perspectivas para a Implantação do Sistema envolvendo as rádios FM's de Aracaju/SE. Monografia apresentada como título de Bacharel em Jornalismo na UFS. 2009.

HISTÓRIA: o início da TV em Sergipe. Disponível em: <http://goo.gl/Bi3KZ>. Acesso em: 01.02.2012.

HISTÓRIA: TV Aratu. Disponível em: <http://IBIDEM.aratuonline.com.br/historico.html>. Acessado em: 23.06.2012.

JAMBEIRO, Othon. Regulando a TV: uma visão comparativa no Mercosul. São Paulo: Hacker, 2000.

_____. A TV no Brasil do século XX. Salvador: EDUFBA, 2001.

JORNAL DA CIDADE. Getúlio Passos fala sobre TV em Sergipe. Jornal da Cidade, Aracaju, nº 1094, p. 2, Novembro. 1975. Acessado em: 11.02.2011.

_____. Uma mudança de direção. Jornal da Cidade, Aracaju, nº 3431, p. 6, Agosto. 1983. Acessado em: 05.04.2013.

JORNAL DE SERGIPE. TV-Jornal é inaugurada. Jornal de Sergipe, Aracaju, Ano IX, nº 2.757, p. 3, sexta-feira, 6 de novembro de 1987. Acessado em: 05.04.2013.

MAYNARD, Dilton C. S. Entre microfones e bastidores: Estado novo, radiodifusão e intervenção cultural em Sergipe. Revista Cadernos de Pesquisa do Centro de Documentação e Pesquisa em História do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia, Vol. 1 N. 35 - jul-dez 2008. Disponível em: <http://goo.gl/GORHT>. Acesso em: 11.09.2011.

NAVARRO, Fredson. Dia de Festa: TV Sergipe comemora 39 anos. Disponível em: <http://emsergipe.globo.com/noticias/visualizar/158465>. Publicado em: 15.11.2011. Acessado em: 14.01.2012.

PILARES ORGANIZACIONAIS da TV Sergipe. Disponível em: <http://goo.gl/j59zz>. Publicado em: 27.01.2012. Acessado em: 09.02.2012.

SANTOS, Mozart. Entrevista concedida pelo diretor-presidente da TV Sergipe, Aracaju 14 de abril de 2012. Disponível em: <http://IBIDEM.eptic.com.br/site/mozart-santos-mercado-de-tv-em-sergipe-40-anos-depois/>.

SERGIPE JORNAL. Televisão ficará perfeita dentro de um mês. Sergipe Jornal, Aracaju, nº 14.349, p. 3, novembro. 1964a.

_____. Estação de Tevê virá mesmo a Sergipe. Sergipe Jornal, Aracaju, nº 14.371, p. 3, novembro. 1964b.

_____. TV será uma realidade. Sergipe Jornal, Aracaju, nº 14.349, p. 3, novembro. 1965.

VALENTE, Jonas. TV Pública no Brasil: a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira. Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, linha Políticas de comunicação, 2009. Disponível em:

http://bdtb.bce.unb.br/tesimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=6069. Acessada em: 24.09.2010.

VALLE, Eduardo. Entrevista concedida pelo diretor de jornalismo da TV Atalaia, Aracaju 16 de novembro de 2011. Disponível em: <http://IBIDEM.eptic.com.br/site/eduardo-valle-mercado-de-tv-em-sergipe-40-anos-depois/>.