

Mercado sergipano de televisão aberta: TV Sergipe e TV Atalaia e a invasão do “Sudeste *way of life*”¹

Joanne Santos MOTA²
Universidade Federal de Sergipe, Sergipe, SE

Resumo

Ao longo dos seus quase 65 anos, o mercado de TV no Brasil se desenvolveu de forma bastante liberada e visou, principalmente, o mercado de consumo, tendo como objetivo principal sua sustentação empresarial e lucratividade ao lado de uma política de competitividade que opera muitas vezes sem limites ou obrigações. Em Sergipe, esse movimento não foi diferente. Nossa proposta é apresentar um recorte da história da TV aberta em Sergipe, com destaque para a trajetória da TV Sergipe e da TV Atalaia, suas inserções na dinâmica do mercado nacional e a problemática dos conteúdos regionais e locais.

Palavras-chave: Televisão; Rádio; Sergipe; Economia Política da Comunicação.

Introdução

As sucessivas mudanças que ocorreram ao longo do 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.

Bolaño (2000) aponta que o modelo capitalista de organização industrial brasileiro, desenvolvido na primeira metade do século XX, estruturou a produção e a disseminação da informação, do conhecimento e da cultura de forma desigual. Com isso, articulou um aparelho industrial, que se opõe ao conceito de interesse público e constrói um novo ambiente, no qual os meios de comunicação se desenvolveram sem problemas. Em termos gerais, a massificação da informação que caracteriza a expansão capitalista é, sobretudo, uma contradição.

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 organizou sob a forma de associações, logo adotou um modelo comercial, com financiamento indireto através da publicidade.

¹ Apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (PPGCOM-UFS); Pós-Graduada em Globalização e Cultura, pela Faculdade de Sociologia e Política de São Paulo (FESP-SP). Bolsista amparada no Programa de Formação de Mestres para o Estado de Sergipe, através EDITAL CAPES/FAPITEC/SE n 12/2013. Pesquisadora do Observatório de Economia e Comunicação da UFS (OBSCOM-UFS) e do Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS). Integrante da Rede de Economia Política das Tecnologias da Informação, da Comunicação e da Cultura (Eptic), editora do Portal Eptic. E-mail: joannemota@gmail.com.

Em Sergipe não foi diferente. Como veremos mais adiante, o mercado sergipano de televisão aberta, em especial a TV Sergipe e a TV Atalaia, desde sua origem adotou um projeto focado na implementação do modelo político e econômico definido nacionalmente.

Estado, comunicação e mercado: apontamentos sobre o cenário sergipano

O registro mais antigo da origem dos meios de comunicação em Sergipe remonta do século XIX no ano de 1832, com o Jornal ‘O Recopilador Sergipano’, criado pelo Monsenhor Antônio Fernandes da Silveira, um religioso de grande influência política no estado. Em 29 de janeiro de 1833, o impresso foi transferido para a então capital, São Cristóvão, passando a ser chamado ‘O Noticiador Sergipano’. Em 1838, o jornal é comprado pelo Governo da época e passa a ser chamado ‘Correio Sergipano’, tornando-se, assim, a imprensa oficial do Estado (SANTOS; LEANDRO, 2010).

Naquele momento, Sergipe assistia a um processo de efervescência política influenciado pelo novo regime nacional de governo. De acordo com Ibarê Dantas (2012, p. 123), o estado vivia uma crise de hegemonia que desaguou em uma reestruturação no cenário político local, na qual a oligarquia açucareira se empenhou na disputa pelo controle do aparelho de Estado. Ademais, apoiado pela fração dominante mais representativa em termos econômicos – o setor açucareiro - e tendo em mãos amplos poderes coercitivos, o Estado iniciou um trabalho de persuasão que se tornou fundamental, sobretudo pelo apoio vindo do aparato do sistema em âmbito nacional. Ou seja, as oligarquias locais engajaram-se em uma campanha de doutrinação, que amparada nos meios de comunicação da época, alimentavam o imaginário social com refinadas orientações, que não tinham outra função senão justificar o regime autoritário daquele período (Ibidem, 2012).

Escamoteada pelos ideais da proclamação da República no Brasil, as oligarquias sergipanas promoveram uma verdadeira onda de entusiasmo que influenciou, significativamente, o cenário político e social na metade do século XX. Através da ação de empresários como Antônio do Prado Franco - herdeiro da Usina Boa Luz, localizada no próspero Vale do Cotinguiba -, Sergipe iniciou uma nova trajetória, que teve seu auge com o avanço do desenvolvimento da base de infraestrutura do estado.

A iluminação através do gás acetileno, a instalação dos carris urbanos a tração animal, a encanação de água, a primeira estrada de rodagem, tudo deveu-se às iniciativas dos grupos privados. Nos anos vinte, Antônio do Prado Franco (1880/1939) foi certamente quem mais participou (...) A construção do Mercado Municipal e do Matadouro Modelo, a substituição dos bondes de burros por elétricos, tudo teve sua participação ativa (...) contribuindo assim

para a modernização dos serviços públicos de Sergipe (DANTAS, 2004, p. 53).

Embora o perfil de província monocultora ainda existisse de forma saliente, a diversificação das atividades, o fortalecimento do setor industrial e o comércio proliferavam. E ao passo que a família Franco assumia parte do mérito desse desenvolvimento, ela também ampliava sua trincheira política frente aos diversos setores da sociedade naquela época. Outro fator importante naquele período foi a implantação do telefone, do trem e posteriormente do automóvel, que além de possibilitarem um encurtamento das distâncias entre as cidades, multiplicaram, exponencialmente, a troca de informações.

Começava a era do automóvel, aumentando a velocidade dos deslocamentos, redefinindo o tempo, reorientando os investimentos, distanciando as pessoas entre si e refazendo hábitos da população (...) O fato é que a sociedade que se modernizava ia produzindo novas demandas inclusive nas relações sociais (IBIDEM, p. 57).

A partir dessa lógica, Dantas (2004) lembra que o cinema e o rádio foram implantados em Sergipe a partir de uma lógica oficial, na qual o uso de imagens, símbolos e a exploração do civismo no imaginário social foram instrumentalizados para ampliar a legitimidade do atual regime. O autor advoga que a potencialidade desses meios seriam usadas a favor da oligarquias locais, com destaque para o fortalecimento do poder político da família Franco.

Boletins oficiais se intensificavam, sobretudo, a partir de fevereiro de 1939, com a criação do Departamento de Propaganda e Divulgação do Estado de Sergipe, que em junho de 1941 era transformado em Departamento de Imprensa e Propaganda de conformidade com as orientações nacionais (DANTAS, 2012, p. 189).

Além das notas oficiais publicadas pelos jornais de origem nacional e local, a propaganda do Estado ganharia mais um aliado, em 1939, o Ministério de Viação e Obras Públicas, concedeu a licença para a criação da primeira emissora de rádio em Sergipe, Rádio Difusora AM. Esse seria o primeiro passo rumo a estruturação do mercado sergipano de comunicação.

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 emissora de rádio do estado, a Rádio Difusora AM, hoje Rádio Aperipê AM. De caráter estatal, a

emissora funcionou, inicialmente, no palácio do governo e posteriormente no Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe.

Se antes alguns já sintonizavam a Rádio Nacional, [a partir de agora] a programação tomou um sentido mais ligado à vida do estado. Embora o número de receptores fosse relativamente pequeno, um mesmo aparelho era escutado por grande número de pessoas, homogeneizando informações e servindo desde cedo à manipulação de governantes (DANTAS, 2004, p. 73).

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-6³ e a transfere para o Palácio Serigy. Sob a tutela do então interventor, a emissora passa por sua primeira reestruturação, que seguindo o modelo nacional, se apoiaria na implantação de uma programação informativa e popular⁴.

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, então 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 nacionais, o que potencializou seu poder de influência (MOTA, 2013).

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. Como se sabe, a década de 1940 ficou conhecida como a “era de ouro do rádio”, que foi marcada pela forte atuação das agências de publicidade e pela importação do modelo comercial norte-americano.

A chegada de mercadorias norte-americanas promoveu mudanças do cotidiano dos sergipanos. A presença crescente desses produtos sinalizava o avanço do consumo e a americanização de hábitos. (...) Consolidava-se a ligação do comércio com os meios de comunicação. Entrando nas casas pelo rádio, o patrocinador, de certa forma, apertava a mão do cliente (MAYNARD, 2006, p. 83).

Com a intervenção direta de agentes privados, a construção da grade de programação da PRJ-6 passa a ser mediada por interesses particulares, que assumiram papel fundamental na

³No final da década de 70 a emissora é transferida para a Rua Propriá e logo depois para a Rua Capela. Hoje conhecida como Rádio Aperipê com frequências AM e FM, está localizada na Rua Laranjeiras e faz parte do complexo da Fundação Aperipê (MAYNARD, 2006).

⁴ Logo que foi inaugurada, a rádio Aperipê transmitia aos seus ouvintes tangos, sambas, maracatus, valsas, fados, rumbas, foxes, frevos, marchas, choros e canções orfeônicas. Por se tratar da única emissora do Estado, a PRJ-6 teria que contemplar os diferentes gostos musicais (MAYNARD, 2006).

definição de quais conteúdos seriam produzidos pelos profissionais e de como estes apareceriam durante as transmissões radiofônicas. Essa estruturação, além de romper com os ideais de serviço público, quando da origem do rádio, institui um modelo de negócio que seria adotado por todo mercado de Rádio e TV em Sergipe nas décadas seguintes.

A Rádio Difusora funcionou sem concorrência durante 14 anos. Somente em 1953, é criada a segunda emissora de rádio em Sergipe, a Rádio Liberdade AM⁵, 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, com o apoio do Partido Republicano (PR) e do então presidente da República Juscelino Kubitschek, é criada a Rádio Jornal⁶. Em 1959, é inaugurada a primeira estação de cunho religioso, 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, também de propriedade da família Franco, 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 Igreja Universal do Reino de Deus (IURD).

Dados publicados em junho de 2012⁷, pelo Ministério das Comunicações (MiniCom), referente às outorgas de rádio em funcionamento em Sergipe, apontam que, atualmente, funcionam em Sergipe 64 emissoras de rádio – sendo 30 comerciais, 2 educativas e 32 comunitárias. Um ano antes, em junho de 2011, o MiniCom divulgou lista dos donos das concessões em funcionamento no Estado e revelou que 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 aos governos municipais, e 2 a grupos de comunicação de fora do Estado.

Góes (2009) enfatiza que desde a sua formação, as programações das emissoras de rádio sergipanas não se diferenciavam das nacionais e as motivações políticas e religiosas

⁵ A Rádio Liberdade AM, que já pertenceu ao senador Almeida Lima, é dirigida hoje pelo Grupo Torres Empreendimentos, empresa responsável pela coleta de lixo em municípios dos estados de Sergipe e da Bahia (NUNES, 2011).

⁶ Atualmente a Rádio Jornal possui como sócio-diretor o sergipano João Alves Neto, filho do ex-governador João Alves Filho, atual prefeito de Aracaju (NUNES, 2011). Dantas alerta que, desde sua origem, o rádio foi concebido como uma “tribuna popular, com grande participação do povo em meio, também, a manipulação por parte de determinados useiros dos programas radiofônicos e radialistas que fizeram desses meios de comunicação instrumento de sensacionalismo e de ascensão política” (IBIDEM, p. 292).

⁷ NUNES, Claudio. Caixa-Preta: “donos” no papel das rádios em SE. Disponível em: <http://IBIDEM.infonet.com.br/clauidionunes/ler.asp?id=113804&titulo=clauidionunes>. Publicado em: 31.05.2011. Acessado em: 20.06.2011.

sempre estiveram no cerne do desenvolvimento do mercado local⁸, o qual serviu de modelo para a formação do mercado de televisão no estado.

As emissoras de rádio [sergipanas] têm uma propriedade mais pulverizada, mas praticamente todas estão nas mãos de lideranças políticas federais, estaduais, municipais e das religiosas. A empresa Torre, que controla toda a coleta de lixo de Aracaju e de vários municípios, por exemplo, tem emissora de rádio. Destaca-se ainda o empresário do transporte Edvan Amorim [irmão do senador Eduardo Amorim, do Partido Social Cristão (PSC)], que também é da família de João Alves Filho [prefeito de Aracaju], que detem uma emissora de rádio FM em cada região de Sergipe e as interliga através da rede Ilha FM (Ibidem, p. 2)

Para o autor não há como dissociar a comunicação do poder político em Sergipe. Segundo ele, é uma “relação genética” que foi reforçada e ampliada com o desenvolvimento e estruturação do mercado de radiodifusão. Góes (2009) sinaliza que mesmo com a chegada de um grupo progressista ao governo do Estado, liderado pelo então governador Marcelo Déda, do Partido dos Trabalhadores (PT), não houveram mudanças na dinâmica de funcionamento do mercado sergipano de comunicação.

As primeiras transmissões

A televisão é inaugurada em Sergipe em novembro 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 chamado 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 a São Paulo, articulou 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 (MOTA, 2013, p. 44).

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” (Ibidem). Com a instalação da antena repetidora e de diversos televisores em pontos estratégicos da capital, os aracajuanos puderam receber, mesmo

⁸ De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), 85,2% dos domicílios sergipanos possuem rádio, percentual superior à média do Brasil que é de 83,4% e a média do Nordeste que é de 78,1%. Neste item Sergipe possui a 2ª posição na Região Nordeste, atrás somente de Pernambuco que possui um percentual de 85,7%. Sendo que, neste quesito, o maior percentual brasileiro é do Rio Grande do Sul com 93,1%. No quesito televisão, em Sergipe 97,2% dos domicílios possuem televisão, é mais um quesito em que a média de Sergipe é superior à média do Brasil que é de 96,9% e, também superior à média do Nordeste, cujo percentual é de 95,4%; nesta variável, Sergipe ocupa a 4ª posição na Região Nordeste, cuja primeira posição é da Paraíba com 98,0%, quem possui o maior percentual brasileiro nesta variável é o Estado de São Paulo, onde 99,4% dos domicílios possuem televisão.

que de forma muito precária, o sinal da TV Jornal do Comércio, de Recife (PE), e da TV Itapoan Canal 5, de Salvador (BA).

De acordo com pronunciamento do prefeito Godofredo Diniz a chegada da televisão à capital sergipana significava um passo a mais no desenvolvimento da região, além disso, “a estação de televisão de Aracaju, teria como fins precípuos, a difusão da cultura e a cobertura dos principais acontecimentos da cidade” (SERGIPE JORNAL, 1964b, p. 2). E para que a nova estação atingisse os propósitos colocados pelo governo municipal, a *Empire*⁹, empresa responsável pela implantação da estação repetidora, doaria os primeiros aparelhos de TV, que foram instalados em pontos estratégicos da capital, locais públicos, como associações e escolas, com o intuito de levar o “bom entretenimento” aos moradores que residiam fora do centro da capital (GAZETA DE SERGIPE, 1971).

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 nova emissora. A partir da união do poder político com o poder econômico, cria-se uma Associação Anônima¹⁰, 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 (MOTA, 2013).

A nova TV também possuía um Conselho Consultivo, constituído de dez membros, acionistas ou não. De acordo com Ata de Assembleia dos acionistas da emissora, publicada no Jornal da Cidade, em novembro de 1973, dentre as responsabilidades desse Conselho estavam a proposição de medidas de orientação à publicidade praticada nas emissoras, levando em conta o interesse local; a sugestão de medidas que visassem o desenvolvimento da sociedade, social e cultural, e a orientação sobre as questões técnicas da emissora.

Mercado sergipano de televisão aberta: um olhar sobre a TV Sergipe e a TV Atalaia

Na segunda metade da década de 1960 a televisão sergipana funcionou em caráter experimental, com transmissões especiais como a ida do primeiro astronauta à Lua e jogos de

⁹Conforme autorização do prefeito Godofredo Diniz, a *Empire*, empresa que já atuava no mercado de rádio no estado, e atendia também o mercado nacional, assumiria a responsabilidade pela distribuição dos aparelhos de TV na capital. Artigo publicado um ano depois no Sergipe Jornal destaca que a *Empire*, mesmo antes de receber o serviço para implantação da televisão em Aracaju, já vinha se preparando para atuar neste mercado (SERGIPE JORNAL, 1965, p. 4).

¹⁰ Ao optar pela formação de uma Associação Anônima, a TV Sergipe se tornou a única emissora no Brasil formada com a participação financeira da sociedade. Além disso, seus dirigentes montaram toda sua estrutura com equipamento 100% nacional. Por outro lado, como seus principais anunciantes eram também seus principais acionistas, o setor comercial ganhava força frente aos demais (MOTA, 2013).

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. Correia (2007) explica 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.

Dantas (2004, p. 292-293) lembra que dois fatores foram centrais para a estruturação 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”.

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. O ex-diretor comercial Luiz Carlos Campos foi trazido da TV Tupi para organizar a casa e garantir que a mão de obra disponível fosse capaz de executar o projeto.

Ao analisar a programação da nova emissora após um mês de sua inauguração, Barreto (1971) 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 Tupi do Rio e São Paulo (...) 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).

Em 1973, a TV Sergipe deixa a Rede Tupi e se torna afiliada da Rede Globo de Televisão¹¹. A adoção do “padrão tecnoestético” da Globo forçará uma mudança na forma de fazer televisão, à semelhança do que ocorria em todo o país (MOTA, 2013).

Além disso, com a criação da Globo Nordeste, em 1971, é implementado 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. De modo que ao obedecer às diretrizes da rede, as afiliadas iniciam a consolidação de um novo modelo, distante da realidade local, contribuindo para a elaboração de uma identidade nacional midiática, criando um modelo jornalístico baseado em uma espécie de “Sudeste *way of life*”. A criação do Jornal Nacional, em 1969, é um exemplo emblemático deste processo (BOLAÑO, 2004; BRANT, 2005; MOTA, 2013).

Ao se tornar afiliada das Organizações Globo, a TV Sergipe passa por duas significativas mudanças. A primeira diz respeito à implantação de um projeto de reestruturação de equipamentos e das formas de produção, ou seja, toda a produção realizada pela TV Sergipe deveria passar pelo aval da cabeça de rede. A segunda mudança, foi uma brusca redução dos conteúdos produzidos localmente. O amadorismo seria, assim, substituído por uma concepção de empresa, adequada à nova condição.

Entendida como uma empresa e obedecendo as definições previstas em contrato com a 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 a emissora viveria sua primeira crise financeira, o que causou a venda da TV Sergipe em 1976, para o Grupo Aratu da Bahia¹². 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.

Um ano antes, no dia 31 de março de 1975, é criada pelo então governador Augusto Franco¹³, ex-proprietário da TV Sergipe e líder no estado do Partido da Aliança Nacional

¹¹ 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”.

¹² 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.

¹³ A família Franco nessa ocasião não apenas possuía parte da TV Sergipe, mas ocupava cargo de grande relevância na diretoria da emissora. Com isso fica posta em cheque a legalidade da operação da venda da TV

Libertadora (Arena), a Televisão 31 de Março¹⁴, conhecida hoje como TV Atalaia. Com sua criação, o mercado de comunicação em Sergipe passaria a ser composto por quatro jornais diários, cinco emissoras de rádio e duas emissoras de TV. Afiliada à TV Tupi, a TV Atalaia foi a primeira emissora local das regiões Norte/Nordeste do Brasil a transmitir sua programação totalmente colorida.

“Foi no cume da Colina do Santo Antônio, onde há mais de um século e meio atrás (sic) foram plantadas as sementes desta capital. É neste mesmo cenário que, mais uma vez, estamos testemunhando um ato de pioneirismo. A TV 31 de Março, que integra a história das telecomunicações de Sergipe e do Nordeste, foi fruto da visão do grupo Franco, à época liderado pelo seu patriarca, o ex-governador Augusto do Prado Franco” (GAZETA DE SERGIPE, 1975, p.3).

A TV Atalaia seguiu o exemplo da TV Sergipe e implementou uma programação popular, com quadros culturais, de entretenimento, entrevistas e informação. Em 1980, a TV Atalaia deixa a Tupi e filia-se a Rede Bandeirantes, em 1988 deixa a Bandeirantes e passar a ser filiada ao SBT, nesse período a emissora passou por diversas reestruturações, mas nunca perdeu de vista o modelo popularesco exigido pela rede. Desde 2007, a TV Atalaia é afiliada a rede Record, com a migração a emissora passou por mais uma reestruturação, uma delas foi a incorporação da programação religiosa imposta pelo IURD.

Ao passo em que a TV Atalaia se estruturava, a TV Sergipe caminhava para mais uma crise. Na início da década de 1980, a emissora sergipana sofreria diversas sanções dos órgãos fiscalizadores do estado, o que geraria intervenções sucessivas da cabeça de rede e a troca da direção do departamento de telejornalismo por três vezes¹⁵, passando por sérios problemas de gestão. Desse modo, em 1983 a TV Sergipe é revendida à família Franco¹⁶. Com a mudança de gestão, a TV Sergipe passa a concentrar seus esforços no setor de telejornalismo, quase que extinguindo produção de conteúdo local. É interessante notar que, desde seu retorno para as mãos da família Franco, a TV Sergipe passou, em diferentes momentos, por mudanças técnicas

Sergipe. A partir de 1976 essa situação se resolve, mas apenas momentaneamente, pois em 1983, a TV Sergipe volta para as mãos dos Franco.

¹⁴ Curiosamente, 31 de Março é a data de aniversário do Golpe Militar, que naquele ano completava 11 anos de vigência no país.

¹⁵ JORNAL DA CIDADE. Uma mudança de direção. Jornal da Cidade, Aracaju, n° 3431, p. 6, Agosto. 1983.

¹⁶ 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.

e de gestão, mas essa tendência de privilegiar o conteúdo da matriz não se alteraria, aprofundando-se, aliás, com o passar do tempo.

O Quadro 1 apresenta o número de programas que compõem a grade diária da TV Sergipe em 2012 e a sua duração. De segunda a sexta, a Rede Globo exibe, através da TV Sergipe, 21h50min de conteúdo nacional. Nos finais de semana esse número sobe ainda mais, aos sábados 22h27min e aos domingos 23h37min. Correia (2007) explica que a estruturação da grade de programação da TV Sergipe demonstra o tamanho do poder da rede.

QUADRO 1: 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 Sergipe	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.

Diferentemente da TV Sergipe, a TV Atalaia aposta na programação local como estratégia de ocupação do mercado. Atualmente, a TV Atalaia transmite quatorze programas de produção local: três telejornais, um programa policial, sete programas de variedades, um de esporte; e dois programas infocomerciais.

QUADRO 2: PROGRAMAÇÃO DA TV ATALAIA EM DEZEMBRO DE 2012

	Programa	Horário	Duração
VARIEDADES	Fala Sério	Domingo às 11h30	30 min
	Você em Dia	De segunda a sexta às 07h50	30 min
	Canal Elétrico	Sábado, às 13h	60 min
	That's All	Sábados às 11h30min	30 min
	Viva Mais	Domingo às 09h45	30 min
	Sergipe em Ação	Domingo às 09h20	30 min
ESPORTE	Esporte Agora	De segunda a sexta às 12h20	15 min
POLICIAL¹⁷	Tolerância Zero com Bareta	Segunda a Sexta às 12h45min	60 min
VENDAS	Bons Negócios	Sábado às 11h	30 min
	Noivos e Formandos	Domingo às 08h45	30 min
	Caderno de Domingo	Domingo às 10h15	30 min
JORNALISMO	Jornal do Estado 1ª Edição	Segunda a Sábado às 12h	30 min
	Jornal do Estado 2ª Edição	Segunda a Sábado às 19h10min	40 min
	Câmara em Ação (TV Alese)	Segunda a sexta às 12h35min	10min
	Unit Notícias (Unit)	Segunda a sexta às 12h30min	5min

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

¹⁷ Embora a emissora considere o programa como jornalístico, na verdade trata-se de um programa policial, modelo que a Rede Record repete em todos os estados que possui afiliada.

De acordo com o Quadro 2, de segunda a sexta a TV Atalaia exibe 13h20min de conteúdo local, o que representa 12,66% da programação total da semana. De sábado a domingo, a emissora transmite 5h40min de conteúdo local, o que representa, 12,5% da programação total de final de semana. É interessante destacar que do quadro geral de programas exibidos pela TV Atalaia, apenas os telejornais locais são custeados pela emissora, o restante é produzido por produtoras independentes, atividade realizada a partir do arrendamento da grade para agentes locais.

Ao comparar as grades da TV Sergipe e da TV Atalaia, observamos que o modelo de negócio adotado pelas emissoras resume-se ao investimento em fórmulas caseiras e baratas, na maioria das vezes sem rigor e qualidade técnica, principalmente, do ponto de vista editorial. E mesmo dotada de maior programação local, a TV Atalaia destina grande parte dela para a venda e *merchandising* de produtos.

No que se refere aos níveis de audiência, a TV Atalaia é sintonizada em aproximadamente 90% dos municípios sergipanos, atingindo cerca de 2 milhões de expectadores, em quase 500 mil domicílios¹⁸. Já a TV Sergipe está presente em 88% dos municípios sergipanos¹⁹, com alcance de cerca de 1,8 milhão de telespectadores. Com a migração para a tecnologia HDTV, a estratégia das duas emissoras é cobrir 100% dos domicílios sergipanos.

Pioneira na migração digital, em janeiro de 2009, com um investimento de R\$ 5 milhões, a TV Atalaia passou a transmitir 100% de sua programação no novo formato²⁰, sendo a segunda no Norte/Nordeste. Somente em março de 2010, a TV Sergipe iniciaria os testes com o sinal HDTV. A despeito do atraso na adoção do novo formato, as emissoras acompanharam o modelo nacional e priorizaram a alta definição em detrimento a multiprogramação.

Seja como for, é notória a dependência das duas emissoras frente a ingerência das cabeças de rede, o que contrapõe o compromisso exposto pelas emissoras sergipanas. Ou seja, tanto a TV Sergipe como a TV Atalaia não cumprem com o objetivo de estimular a criatividade

¹⁸TV ATALAIA 35 ANOS. Documentário comemorativo dos 35 anos da Emissora cedido pela emissora para elaboração deste trabalho. Acesso em: 15.12.2011.

¹⁹ Informações extraídas do portal da emissora: <http://emsergipe.globo.com/noticias/visualizar/158465>.

²⁰TV ATALAIA PASSA A TRANSMITIR EM SISTEMA DIGITAL. Atalaia Agora. Publicando em 23.01.2009. Disponível em: <http://IBIDEM.atalaiaagora.com.br/conteudo.php?c=849&sb=2>. Acessado em: 04.03.2012.

e nem mesmo de retratar os aspectos culturais e as realidades locais e regionais tão salientes em Sergipe e no Nordeste.²¹

Algumas conclusões

O cenário acima revela parte da estruturação do mercado de TV comercial, em sinal aberto, no estado de 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, encontrando nas afiliadas a receita eficiente para a consolidação de sua programação e a materialização de seu objetivo final: a audiência. Além disso, constatamos que os atores nacionais interferem diretamente na produção e programação das emissoras locais, e aos atores regionais coube apenas garantir a penetração desses conteúdos nas regiões fora do espectro magnético de atuação das cabeças de rede.

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 a cabeça de rede – TV Tupi – assim o quisesse, mas porque naquele momento o padrão que iria nortear o setor ainda estava em sua fase embrionária. Somente com o lançamento do Jornal Nacional, em 1969, pela Rede Globo, é que se construiriam 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, observada por Bolaño (2004), não seria computada ao funcionamento da emissoras locais, pelo contrário elas se tornariam reféns desse processo.

Ao interiorizarem os conteúdos das cabeça de rede, as afiliadas, por um lado consolidaram a produção das redes em âmbito nacional, e por outro ampliaram os níveis da audiência, que se converteram em valor e se tornaram a cereja do bolo aos serem agregados ao espaço publicitário das redes nacionais. Essa dinâmica gerou 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, inviabilizou o fortalecimento da produção audiovisual regional, sobretudo a produção independente. Ou seja, nas referidas emissoras, o chamado “Sudeste *way of life*” sufocou qualquer centelha de criatividade fora do eixo dominante.

Outra questão pincelada pelo trabalho foi a trajetória da relação dos meios de comunicação 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

²¹ Tão pouco cumprem o que está previsto no Art. 221 da Constituição Federal, que define que as emissoras de rádio e televisão deverão dar “preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; promover a cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação, bem como a regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei” (CONSTITUIÇÃO FEDERAL, Capítulo V, Art. 221).

legitimaram um modelo de poder que foi construído durante todo o século XX. Para estas oligarquias, os meios de comunicação possuem apenas uma função: garantir os interesses de uma minoria que, historicamente, ditou as regras no estado.

Nesse sentido, pensar em mecanismos que promovam uma nova estruturação do sistema de comunicação no país, especialmente no que se refere ao funcionamento e objetivos das emissoras regionais e locais, torna-se um passo fundamental para o desenvolvimento de um país continental e tão diverso. Se em um primeiro momento a TV em Sergipe retratou, com grande êxito, a cultura sergipana, por que não o fazer em um período no qual tecnologias potencializam cada vez mais o trabalho dos profissionais que realizam este serviço?

Esse questionamento pode gerar diversas constatações. A primeira, não podemos mais prescindir de um marco regulatório²² que dê conta da complexidade do sistema. A segunda, urge pensarmos que modelo de televisão queremos e como a sociedade se insere nesse processo. E por fim, não podemos esquecer que o mercado de comunicação no Brasil não lida com qualquer produto, a informação e a cultura divulgadas diariamente por este setor edificam modos de vida, reposicionam sociedades e traçam o destino de muitos setores.

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, 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.
- _____. Sistema deficiente. Publicado na Gazeta de Sergipe, Ano XVI, nº 4.576, p. 3, Setembro de 1971b.
- BOLAÑO, C. R. S. Mercado Brasileiro de Televisão. 2ª. ed. São Paulo-Aracaju: Editoras EDUC-SP e EDUFS-SE, 2004.
- _____. 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.
- 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 de mestrado apresentada 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.
- DANTAS, Ibarê. A Revolução de 1930 em Sergipe: Dos tenentes aos coronéis. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: IHGSE, 2012.
- _____. História de Sergipe República (1889 – 2000). Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2004.

²² Mesmo entendendo a importância de se refletir sobre o marco regulatório que rege a TV no Brasil, não avançaremos nesta questão, assunto que não nos furtaremos de tratar em outro momento desta pesquisa.

DOSSIÊ - Violações do Direito à Comunicação. Intervenções – Coletivo Brasil de Comunicação Social. Publicado em novembro de 2008. Disponível em: <http://IBIDEM.intervencao.org.br/noticias/DossieConcessoesNov08.pdf>. Acessado em 23. 04. 2010.

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/9z3IM>. 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.

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.

LUSVARGHI, Luiza. A Reinvenção do Nordeste: estratégias dos grupos de mídia para o jornalismo audiovisual regional. Trabalho apresentado ao Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP), Ano 1 – Volume 1- Agosto a Dezembro de 2009. Acessado em 02.04.2013.

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.

NUNES, Cláudio. Caixa-Preta: “donos” no papel das rádios em SE. Disponível em: <http://goo.gl/h2FHI>. Publicado em: 31.05.2011. Acesso em 10.10.2011. .

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.

TV ATALAIA 35 ANOS. Documentário comemorativo dos 35 anos da Emissora cedido pela emissora para elaboração deste trabalho. Acesso em: 15.12.2011.

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>.