



## **TV de Qualidade: Integração do Comercial à Experimentação na Rede Globo de Televisão<sup>1</sup>**

Marcelo Soares de Lima<sup>2</sup>

Graduando em Rádio e TV pela Universidade Federal da Paraíba

### **Resumo**

Este trabalho é resultado das reflexões desenvolvidas na pesquisa “Culturas televisivas e dialogias sociais: configurações, pactos e sentidos de comunidades periféricas na TV” integrada ao Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica PIBIC/2008-2009, na qual, na condição de pesquisador bolsista, particularmente, procuro entender como a TV Globo constrói propostas de pactos simbólicos, configura e produz sentidos de comunidades periféricas de mulheres negras no seriado Antônia. Aqui, reflito sobre a questão da qualidade em televisão, observando esse seriado nessa perspectiva, discutindo a sua inserção no Núcleo Guel Arraes, grupo reconhecido pelas experiências bem sucedidas criadas para essa relevante emissora brasileira.

**Palavras-chave:** televisão; qualidade; experimentalismo.

“TV de Qualidade”: esse é o bordão utilizado pela Rede Globo de Televisão para se auto-definir nos últimos anos, ao tempo em que exalta seus investimentos em produção televisiva, seu “Padrão Globo de Qualidade”, como gosta de chamar. Em uma recente publicidade institucional, a Globo deu voz a várias celebridades da “casa”, como atores, apresentadores, repórteres, humoristas para narrarem um texto sobre o “Q de qualidade” da emissora, enquanto que concomitantemente mostrava seus processos produtivos, estúdios, tecnologias, funcionários, artistas, jornalistas em atos de produção. Em um trecho dessa publicidade, a emissora aponta o sentido que atribui a sua “TV de Qualidade”:

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Comunicação Audiovisual, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, sob orientação da Doutora em Ciências da Comunicação, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), *Virgínia Sá Barreto*.

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Estadual da Paraíba. Atualmente graduando em Rádio e TV pela Universidade Federal da Paraíba, participante do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica com o projeto: Televisão e dialogias sociais - comunidades periféricas de mulheres negras em Antônia.



A qualidade do talento brasileiro, do nosso elenco, da nossa credibilidade até a mais pura emoção, do imenso estúdio de milhares de dólares ao pequeno detalhe do vestido da atriz. A qualidade da Globo vai além do que se vê, está no que se sente, e com esse compromisso em nossos corações, defendendo a liberdade de expressão e respeitando a opinião, estamos sempre ligados em você. É muita qualidade, dos dois lados: aqui e aí.<sup>3</sup>

Nesse discurso, podemos perceber que a Globo propõe como referência de sua qualidade um bom elenco, credibilidade, investimento financeiro, preocupação com os detalhes, liberdade de expressão e valorização do telespectador. A partir dessas características, a emissora se coloca como uma televisão com qualidade. Mas, afinal, qual o sentido dessa tal qualidade em televisão?

Machado (2008, p. 30) aborda a respeito do conceito de “televisão de qualidade”. Para o autor, “O termo ‘qualidade’ se presta aos mais diferentes usos e às mais escorregadias intenções”, ou seja, essa conceituação torna-se variável dependendo do efeito ou fim que se quer em determinado momento. Mulgean apud Machado (Id., ibidem) enumera diferentes noções da palavra qualidade que circulam nas discussões sobre televisão: um conceito puramente técnico, ou seja, a capacidade de usar os recursos expressivos do meio; perceber a qualidade como a capacidade de detectar as demandas da audiência ou as demandas da sociedade, uma abordagem dos comunicólogos e das estratégias de marketing; competência para exploração dos recursos de linguagem de um modo inovador, uma abordagem estética; os aspectos pedagógicos, morais ou edificantes e construtivos que a televisão deve promover; a noção de poder gerar mobilização em torno de grandes temas de interesse coletivo; programas ou fluxos que valorizam as diferenças, minorias, excluídos, no lugar de integração nacional e de estímulo ao consumo e por fim, uma abordagem que valoriza uma ampliação das experiências diferenciadas.

No Brasil, os discursos sobre o conceito de qualidade e de direção da produção audiovisual televisiva, se pautam, especialmente, em dois focos, como aponta Fachine (2008, p. 17), o comercial, de interesse da mídia, de modo geral, e a concepção dos movimentos sociais, a dos valores positivos. “A lógica da televisão no Brasil é comercial e, por isso, muitos dos seus profissionais argumentam que sua produção

---

<sup>3</sup> Tal texto pode ser visto em <http://youtube.com/watch?v=EAPex7TAESk>



precisa ser orientada pelas preferências do público e da publicidade”, contudo, “as emissoras de TV no Brasil são também concessões públicas, o que exige, na visão dos movimentos sociais pela redemocratização nas mídias, a substituição dessa lógica por uma outra pautada pela promoção de valores socialmente positivos”. Desse jeito, conciliar várias formas de pensar a produção televisiva torna-se um trabalho complexo, no qual um conceito de qualidade definitiva, guiadora, está longe de ser gestado. Ainda mais se levarmos em conta uma produção integrada a uma TV de caráter comercial, aberta, e com responsabilidades tanto políticas, econômicas quanto sociais, como a Globo.

Em seus mais de quarenta anos de existência, a TV Globo praticamente fomentou o modelo brasileiro de teledramaturgia tanto com novelas, minisséries ou especiais, tornando-se assim molde também para outras televisões nacionais. Na busca de uma televisão de qualidade, dentro da concepção da emissora, a Globo caminha sempre numa linha entre produções de caráter comercial e de experimentalismo. Analisando sua história, podemos encontrar alguns bons exemplos dessa tentativa de hibridizar essas duas noções de qualidade em um mesmo produto. Programas como *Armação Ilimitada* (1985), *TV Pirata* (1988); *Programa Legal* (1991), *Muvuca* (1998); *Cena Aberta* (2003) ou *Central da Periferia* (2006) são boas mostras de um modelo de fazer televisão diferenciado, buscando juntar apuro técnico, uso de recursos estéticos de uma forma inovadora, com diversidade temática, sem deixar o aspecto comercial de lado. Ligando todas essas produções, temos o nome do diretor Guel Arraes, como um foco de novidade na criação televisiva.

Sejam quais forem os aspectos privilegiados na discussão, é possível indicar o núcleo Guel Arraes, abrigado pela rede globo, a nossa principal emissora, como uma síntese do que se propôs de original, criativo e comercialmente viável na televisão brasileira nesses últimos 20 anos. (FECHINE, 2008, p. 17-18)

Não é por acaso que a série *Antônia*, corpus de nossa pesquisa, se encontra integrada a esse núcleo. Desde sua gênese, o Núcleo Guel Arraes empenhou-se em fazer uma TV diferente, de trabalhar temáticas normalmente deixadas de lado pela grande mídia, como apontado por Fechine no livro *Guel Arraes: Um inventor no audiovisual brasileiro*. Nele, a autora aponta que a criação de um espaço de experimentação na Globo começou mesmo antes da formação oficial do núcleo, ainda nos anos 80, com a



união de pessoas advindas do cinema marginal, literatura, teatro, vídeo independente e jornalismo alternativo. Todos eles em torno de Guel Arraes, e muitos com um histórico de afronta às censuras existentes no período de ditadura militar (1964-1985) vivido pelo país, e de exposição da realidade social brasileira. Porém, não podemos pensar que esse espaço conquistado dentro da maior emissora nacional veio por uma simples vontade da TV Globo. Essa inovação surgiu devido à própria necessidade natural do momento histórico, ansioso por novidades no *modus operandi* da produção televisiva, como afirma Fachine (op. cit., p. 32):

Especialmente no momento histórico em que se deu a formação desse grupo de realizadores liderados por Guel Arraes, mas também ainda hoje, parece possível pensar a sua relação com a Rede Globo, da qual podem ser considerados uma fração, como um “ruptura autorizada” com seus padrões, diante da necessidade de inovação inerente à própria lógica da indústria cultural.

Atualmente, o núcleo consolidou-se como um espaço onde existe, ao mesmo tempo, a preocupação com a experimentação e com a exibição de conteúdos sociais:

O núcleo Guel Arraes consolidou-se, assim, como um espaço de criação no qual coexiste hoje a preocupação tanto com a experimentação formal quanto com a difusão de conteúdos que estimulem a crítica social (desigualdades econômicas, costumes, preconceitos raciais e de classe, etc.) e a afirmação cultural. Seu projeto ético-estético é pautado, por um lado, pela deliberação em reinterpretar a realidade social e a produção cultural do País a partir da perspectiva do não-oficial, do popular e do periférico. (Op., cit., p.49)

As últimas produções do núcleo mostram fortemente esse lado de reinterpretação da realidade social, pautando o foco na periferia, em uma clara recorrência de temática. Na série *Cidade dos Homens* (2002), acompanhamos as peripécias e dificuldades na vida de dois jovens (*Laranjinha* e *Acerola*), negros e moradores de uma favela do Rio de Janeiro. A série durou quatro temporadas, teve ramificação para um filme homônimo, e mostrou um lado da periferia onde a violência não é a abordagem principal. No caso desse seriado, Guel Arraes contou com a parceria do diretor do filme *Cidade de Deus*, *Fernando Meirelles*. Juntos, eles procuraram trazer a tona uma visão diferente da mostrada pelo filme, talvez por perceber uma necessidade



de ser pluralista nos discursos referentes à periferia carioca e brasileira em geral. Visão essa, compartilhada por outra obra do Núcleo: *Central da Periferia*, onde a apresentadora Regina Cazé mostra a efervescência musical de periferias de vários estados do país. Na série de programas além de apresentações musicais, a também atriz – velha conhecida de outras atrações sob o comando do produtor – discute e mostra problemáticas vividas por moradores dessas regiões, que mesmo distantes se mostram na tela muito parecidas.

Fechine (op. cit., p. 83) enfoca bem essa inter-relação das produções do núcleo e o prestígio que em duas décadas ele galgou dentro não só da Rede Globo, como também no mercado midiático:

Um exemplo disso é o projeto da minissérie *Antônia*, claramente afinado com a proposta do *Central da Periferia*, levado ao ar no mesmo ano pela Globo, e do seriado *Cidade dos Homens*, exibido em quatro temporadas, entre 2002 e 2005, para mais de 22 milhões de espectadores

A série *Antônia* segue bem essa “cartilha Guel Arraes” de contar histórias, trazendo para os lares brasileiros a realidade de moradoras da periferia de São Paulo. Nela, são mostradas as dificuldades da carreira musical longe dos centros. Contudo, em cada episódio, a série explora os subtemas que compõem o todo da discussão social proposto pelas produções do Núcleo, como reintegração de presidiários à sociedade, preconceito racial, violência e sistema de saúde público, pontos-chaves do dia-a-dia de pessoas de comunidades periféricas brasileiras. Fechine coloca que, em uma entrevista, a diretora de *Antônia*, *Tatá Amaral* demonstrou a afinidade do projeto *Antônia* com o núcleo, quando decidiu apresentar a proposta à produtora O2 Filmes de Meirelles. A série faz parte da chamada “televisão como arte”, como diria Machado (2000) no seu livro *A televisão levada a sério*. Por fazer parte desse Núcleo de experimentação da Globo, que arregimenta autores oriundos da cena cultural alternativa dos anos 70-80 do teatro, vídeo, cinema, literatura e jornalismo, e procura incorporar à televisão propostas ética-estéticas de suas origens, experimentando novos formatos, estilos, brincadeiras com a metalinguagem e documentários com ficção, *Antônia* traz consigo influências advindas dessas experimentações anteriores, vanguardista até, agrupada com as do mundo do cinema independente. Nessa perspectiva, não se pode deixar de levar em conta o depoimento do próprio Guel Arraes para os pesquisadores do Núcleo de



Audiovisual da Intercom, expressos no livro *Guel Arraes: um inventor no audiovisual brasileiro*, sobre a forma que seus trabalhos foram e são realizados:

Esse foi um modo, por exemplo, consciente ou inconsciente, de irmos traduzindo para a TV algumas propostas vanguardistas da época. No teatro, o que é que esse grupo fez? Eles brincavam com o teatro ilusionista, eles começaram a se dirigir diretamente para a platéia, era um teatro muito mais próximo de quem estava ali na platéia. No cinema, esse pessoal começava a misturar ficção com documentário e, de uma certa maneira, a gente levou esse espírito para a televisão. Somos um pouco divulgadores dessas idéias na TV. Nossa proposta, de modo geral, sempre foi fazer obras atraentes para o público, mas ao mesmo tempo, com uma preocupação de linguagem. Ficar na corda bamba entre o experimental e o comercial é característica comum a todo esse grupo.

*Antônia*, por sinal, é uma boa mostra de como o lado comercial e criativo andam juntos no Núcleo Guel Arraes. Um verdadeiro jogo de marketing foi montado entre a série de TV e o filme que a inspirou, lançado só depois da exibição da primeira temporada do seriado, como foi dito pela própria Tatá Amaral: “Queremos usar a serie para divulgar as meninas e a música, e assim levar mais gente para o cinema”<sup>4</sup>. Além, também, de intercambio com o mercado fonográfico, haja vista que todas as protagonistas são cantoras profissionais que lucraram nas suas carreiras musicais com a participação na série.

Além desses aspectos, o surgimento desse programa na grade de programação de uma grande televisão aberta nacional é mais um exemplo do desenvolvimento de um fenômeno que sempre existiu, em maior ou menor quantidade, mas se acentuou nos últimos anos em noticiários, novelas e seriados: a televisão colocando em pauta o próprio telespectador, no caso de *Antônia*, especialmente, as comunidades de mulheres negras de periferia. A série mostra um lado novo na representação da mulher negra. Desde o elenco, composto em sua maioria por afro-brasileiros, a localização da história e o elemento cultural que compõe o cenário, tudo é reflexo do espaço da negritude. O foco principal da série recai sobre quatro mulheres negras, que são também exemplos de vida e modelos de beleza para uma parcela da população que raramente tem a oportunidade de ver-se representada na mídia. Assim, a série tem como um público

---

<sup>4</sup> Entrevista concedida ao portal UOL (<http://televisao.uol.com.br/ultnot2006/11/09/ult68u11590.jhtm>), acesso em 22/02/08, entrevista publicada originalmente em 09/11/2006.



alvo, pessoas que desejam se ver na televisão, se sentirem representadas nela, participantes de uma *comunidade*, no sentido que coloca Bauman (2003; p. 09) de um “tipo de mundo que não está, lamentavelmente, a nosso alcance – mas no qual gostaríamos de viver e esperamos vir a possuir”, ou seja, para o autor, essa *comunidade* representa um local de segurança e confiança que seria importante estar inserido. Então, trabalhar essas noções em um seriado como *Antônia é mexer*, também, com os desejos e esperanças dessa audiência, fazer com que ela sinta que não está esquecida.

Dessa forma, o Núcleo Guel Arraes, utilizando de um espaço de inovação aberto pela Rede Globo, consegue trilhar o caminho da necessidade econômica do mercado junto com o da criatividade e discussão social, usando para isso novas fórmulas e modos de construir a linguagem televisiva. Vendo as configurações de tal grupo dentro de uma produção televisiva, me vêm à mente as palavras de Machado (2008, p. 31) sobre esse caminho de encontro à qualidade na televisão:

Talvez se deva buscar, em televisão, um conceito de qualidade a tal ponto elástico e complexo, a ponto de permitir valorizar trabalhos nos quais os constrangimentos industriais (velocidade e estandardização da produção) não sejam esmagadoramente conflitantes com a inovação e a criação de alternativas diferenciadas, nos quais a liberdade de expressão dos criadores não seja totalmente avessa às demandas da audiência nos quais ainda as necessidades de diversificação e segmentação não sejam inteiramente refratárias às grandes questões nacionais e universais. Numa sociedade heterogênea e complexa (...) uma televisão de qualidade deve ser capaz de equacionar uma variedade muito grande de valores e oferecer propostas que sintetizam o maior número possível de ‘qualidades’.

A Rede Globo, principalmente, nos últimos anos, tenta se mostrar mais focada na necessidade de uma ótica de programas de caráter mais qualitativo, com um valor para a sociedade, no intuito de uma maior preocupação com o social e a qualidade televisiva. Claro que se compararmos os programas de caráter social com os mais comerciais, massivos, veremos, nesses casos, uma disparidade do seu discurso com suas práticas. Pois, o número de atrações voltadas para um foco social é em menor número que o outro estilo, além dos horários em que são veiculados, sendo normalmente aqueles que têm uma audiência menor em relação ao resto da programação, limitando, assim, o acesso do seu conteúdo. Vejamos como exemplo, um programa como *O*



*Caldeirão do Huck*<sup>5</sup>, exibido em pleno sábado a tarde, onde se vê claramente uma tendência de entretenimento massivo que usa das dificuldades financeiras de pessoas de periferia, os mesmos sujeitos sociais mostrados nas produções mais qualitativas da emissora, para uma *carnavalização* (SODRÉ, 2002), *exploração*, *espetáculo*, em busca de audiência. Audiência essa, com certeza maior e mais abrangente do que uma série como *Antônia*, em decorrência de seu horário de exibição.

Levando em conta todas essas peculiaridades, é perceptível que, conceituar qualidade se torna um caminho difícil, que nunca estará completamente terminado. Ainda mais quando a pensamos dentro de uma emissora de cunho comercial, com a preocupação de abranger públicos diversificados. Assim, como pesquisadores, o que devemos fazer é tentar compreender o que não é de forma alguma um programa com características qualitativas, seja em seu caráter produtivo, técnico, de conteúdo ou de relevância social. Entender os gostos e anseios do público, e quais critérios a mídia usa para definir um programa de qualidade.

### **Referências bibliográficas**

BORGES, Gabriela; BAPTISTA, Vitor Bela (Orgs.). Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão. Livros Horizonte: 2008

FECHINE, Yvana, FIGUERÔA, Alexandre (Orgs). Guel Arraes: Um inventor no audiovisual brasileiro. Companhia Editora de Pernambuco: 2008.

MACHADO, Arlindo. A televisão levada a sério. SENAC Editora: 2000.

SODRÉ, Muniz. Antropológica do Espelho: Uma Teoria da Comunicação Linear e em Rede. Editora Vozes. 2002

---

<sup>5</sup> Uma análise acerca do programa está sendo realizada no plano de trabalho *Televisão e dialogias sociais: Comunidades periféricas no Caldeirão do Huck*, pelo aluno Megaron Xavier Lucena, dentro da pesquisa *Culturas televisivas e dialogias sociais: configurações, pactos e sentidos de comunidades periféricas na TV*, integrada ao Programa Institucional Voluntário de Iniciação Científica (PIVIC 2008/2009).