

**JORNAL IMPRESSO E TV: UMA PARCERIA EM NOME DE UM PROJETO  
MODERNIZADOR.**

Silvia Tavares da Silva

Faculdades Integradas de Patos – FIP

[silvia.hist@yahoo.com.br](mailto:silvia.hist@yahoo.com.br)

Nos inícios dos anos de 1960 o Diário da Borborema trouxe uma sistematização de matérias a respeito da chegada da televisão na cidade. O referido impresso fazia, e ainda faz, parte dos Associados e na época era um dos jornais locais de maior circulação na cidade. As matérias vinham com o intento, não só de informar os processos técnicos e administrativos necessários para a concretização do projeto, como também objetivavam fazer um apelo à população campinense para que todos apoiassem a implantação da sua primeira emissora de televisão.

O jornal impresso foi o veículo de divulgação dos discursos do então empreendimento do qual uma determinada classe de influência econômica da cidade, denominados de “classes produtoras”, lançaram todos os esforços para propagar a grande novidade, seriam eles industriais, comerciantes, banqueiros. Um dos nomes de maior destaque foi o do empresário e banqueiro Newton Rique que apostou no projeto e com uma grande investida favoreceu consideravelmente a implantação da TV Borborema; dentre as suas contribuições está o espaço físico cedido por ele para a instalação da Emissora na cidade, bem como a aquisição de grande parte das suas ações.

O Diário da Borborema foi um grande aliado na divulgação da chegada da TV em Campina Grande. Ele serviu como um instrumento de legitimação desse novo meio de comunicação que conquistava o Brasil a partir do projeto empreendedor de Chateaubriand de levar a televisão para outras regiões do Brasil, e seus colaboradores locais. Foi o jornal impresso que, não por acaso, prestou-se a essa função, atendendo também aos interesses do próprio grupo Associados que previa o sucesso desse novo empreendimento. Assim, através do jornal impresso expressaram seu apoio, do mesmo modo, que tentavam conquistar a simpatia de todos para a chegada da televisão.

A atitude do Diário da Borborema em relação à TV Borborema não foi isolada. Essa foi uma prática estabelecida pelos Associados em outras regiões do país pelo motivo já expresso acima. Nessa perspectiva, outras cidades também lançaram mão do

jornal impresso para conquistar o apoio de suas respectivas populações no que diz respeito à implantação de suas TVs locais. Tomamos como exemplo o caso de Cuiabá, que também se utilizando do jornal impresso, tentou criar um imaginário de progresso para a cidade a partir dos discursos de um empreendimento moderno que estaria se concretizando naquela capital. Assim nos revela Adriana Azevedo Paes de Barros (1997), no seu estudo sobre a implantação da TV em Cuiabá:

As primeiras propagandas da emissora que seria instalada em Cuiabá começaram a circular nos jornais de 1966, mas foi em 1967 que passaram a assumir um discurso ideológico e apelativo representando a chegada da TV como marco de modernidade quase uma ficção tornando-se realidade.

Segundo Adolpho Queiroz (1992), essa parceria, televisão-jornal, vem desde a chegada da primeira emissora no Brasil, a TV Tupi de São Paulo. Desde então, percebeu a forte relação entre um e outro no processo de consolidação no projeto de interiorização da TV. Para o autor, o jornal foi o grande instrumento legitimador da televisão no território brasileiro, sobre isso assevera:

Antes de ser um veículo de comunicação de maior poder neste século, a televisão, ao dar seus primeiros passos no Brasil, passou a ter um aliado decisivo. Televisão e jornal têm desde 18 de setembro de 1950, quando a TV Tupi emitiu seus primeiros sinais em São Paulo, um alinhamento muito nítido. No primeiro momento, este relacionamento se iniciou com uma questão fundamental: a emissora tinha que ir ao ar e era preciso vender receptores de televisão ao público. “Os Diários Associados”, o antigo império de Chateaubriand, dispuseram-se a cumprir esta primeira tarefa que lhe foi imposta pela parceria. Daí por diante televisão e jornal iniciaram uma trajetória de rumo comum ao futuro, ao desenvolvimento e a consolidação de suas perspectivas de poder.

Ainda segundo Inimá F. Simões (1986), essa parceria deu-se antes mesmo da própria implantação da televisão no país, como uma forma até de preparar o terreno para a nova investida e atrair a atenção não só do seu possível público, como também, os investimentos de determinados órgãos para a concretização daquele projeto tão ousado para a época:

De início com alguma discrição e, a partir de meados de 1950, já com certa ênfase, as publicações Associadas anunciavam que estava para chegar o “cinema a domicílio”, expressão eleita a mais didática para explicar ao leitor o que seria a tal televisão. Para contrabalançar um certo alheamento demonstrado pela imprensa em geral, os diversos órgãos do Grupo oferecem demonstração de coesão interna, trazendo a público, com frequência informações sobre a novidade. As bases do pioneirismo já estão mais claras: de um lado a inegável habilidade de Assis Chateaubriand no levantamento de recursos e mobilização do empresariado e órgãos públicos, de outro, a capacidade operacional dos Associados para despertar curiosidade na opinião pública, até aquele instante totalmente ignorante sobre as características da televisão.

A estratégia sempre foi a de divulgação do meio de comunicação a partir de outros meios que faziam parte do Grupo Associado como revistas, o próprio rádio e principalmente o jornal impresso. Essa atitude, como vimos, deu-se mesmo antes da implantação da primeira emissora da América do Sul, a TV Tupi, e se constituiu como uma prática corriqueira no processo de interiorização da mesma e da sua instituição definitiva.

A principal função do jornal era promover a televisão de forma a atender os interesses econômicos do seu grupo investidor, os Associados, que ao mesmo tempo convergia com os interesses de determinados grupos locais que ajudaria a concretizar o sonho de Chateaubriand em levar a televisão para outras cidades do vasto território brasileiro na intenção de interiorizar esse novo meio de comunicação. Assim, Campina Grande e Cuiabá, por exemplo, se encaixaram dentro dessa perspectiva.

O Diário da Borborema começou a lançar seus discursos em prol da instalação da emissora em Campina Grande ainda no ano de 1961, mesmo que as primeiras transmissões regulares da TV Borborema só tenham se concretizado em 1963. Mas, esse longo período de divulgação com forte apelo à população campinense, deveu-se a interesses políticos do principal aliado local de Assis Chateaubriand, o empresário Newton Rique que aproveitou a ocasião para criar um imaginário de uma cidade moderna condizente com a sua plataforma política, como já enfatizamos.

Mesmo com a implantação da TV consolidada, o jornal Diário da Borborema não deixou de servir como seu privilegiado veículo de disseminação. Depois de um

conjunto de notícias sistematizadas sobre o processo dos acordos políticos, das visitas dos técnicos, da aquisição da aparelhagem, da escolha do espaço físico para a instalação da TV, dos discursos de apoio de vários nomes influentes na cidade, das vendas das ações, dos apelos à população para o apoio na realização do empreendimento, o jornal também cobriu toda a fase experimental quando a televisão já dava os seus primeiros passos de transmissões locais.

Os discursos nessa fase foram pautados pela exaltação do empreendimento, mostrando sempre o grande desempenho de todos os envolvidos (empresário, comerciantes, técnicos, profissionais da área da comunicação e a população em geral) para o sucesso da instituição definitiva da emissora em Campina Grande. Assim é relatado na matéria:

Campina Grande vem acompanhando diariamente a fase experimental da TV BORBOREMA, através de um bem elaborado programa que está sendo transmitido das vinte as vinte e duas horas, para todos os telespectadores da cidade (...)

Trata-se não há de negar, de um trabalho de cooperação entre o público e os técnicos, podendo-se mesmo dizer que o povo está participando diretamente da montagem da TV BORBOREMA, seguindo todos os dias os testes que são realizados, e oferecendo, sempre que considera oportuno, a sua opinião sobre esse e aquele defeito.

Isso tudo leva-nos a crer que a TV BORBOREMA será intrinsecamente a televisão do povo de Campina Grande que já vai se acostumando, mesmo nessa fase experimental, a substituir o programa e os horários de outras estações pelos programas de experiência da TV BORBOREMA.

E não podia ser de outro modo, a TV BORBOREMA é um patrimônio de Campina Grande e do seu povo, e somente a eles cabe o direito de zelar pelo seu integral aperfeiçoamento<sup>1</sup>.

Os imprevistos comuns na fase experimental da TV Borborema como os problemas técnicos que levava a emissora sair do ar era notificado no dia seguinte pelo Diário da Borborema no intuito de deixar o telespectador informado a respeito do acontecido. A justificativa sempre vinha no outro dia estampada em suas páginas:

Em atenção aos nossos clientes e prezados telespectadores comunicamos que fomos forçados a tirar a emissora do ar, ontem à

noite, devido um defeito técnico apresentado quando estávamos em plena programação.  
Campina Grande, 14 de novembro de 1963.

A TV tinha espaço certo nas páginas do Diário da Borborema, principalmente em se tratando de fatos inusitados relacionados à novidade tecnológica que era a televisão, como a visita de uma equipe dos Associados que integrava o projeto “A grande Jornada” que esteve na cidade no ano de 1963, como forma de integrar Campina Grande ao projeto e refletir a importância da cidade em âmbito nacional já que esta seria cenário para um episódio de uma programação de veiculação nacional; segue a matéria intitulada: “Grande Jornada” da Tupi chega a Campina Grande:

Acompanhado dos cinegrafistas Domenico Pennacchio e assistente Alcino Silva, encontra-se em Campina Grande o companheiro Associado Ivo Gaspar integrante da Grande Jornada da TV Tupi do Rio de Janeiro. Perguntado sobre os objetivos de sua viagem a esta cidade, informou o Sr. Ivo Gaspar: – A Grande Jornada chega a Campina Grande utilizando a própria cidade, a cidade inteira como um dos seus temas. A Grande Jornada se exhibe em todas as televisões “Associadas” no Brasil. É uma série que se mostra já há três anos, e que no ano passado ganhou todos os prêmios em São Paulo. Ganhamos o programa melhor culturalmente, o melhor programa jornalístico e também o melhor programa filmado. A primeira vez que fazemos um tema paraibano é este e eu estou deveras entusiasmado (...)<sup>2</sup>.

Era comum também encontrar nas páginas do Diário da Borborema anúncios sobre as atrações que se apresentariam na TV Borborema. Nomes famosos que abrilhantariam os bailes dos Clubes da cidade ou até mesmo artistas que fariam apresentações no Rádio e logo eram chamados para uma apresentação na TV Borborema. Assim reflete a matéria a seguir que teve como Manchete “Baile das debutantes” nos salões do GRESSE – com a presença de Lujan Cardillo, o cancionista das Américas – e apresentação na TV Borborema:

Depois de amanhã, dia 9, será realizado nos salões do Grêmio dos Sub-tenentes e Sargentos do Exército, GRESSE, “o baile das debutantes, tendo como principal atração o cantor Lujan Cardillo –

o cancionero das Américas que também se apresentará na TV Borborema”<sup>3</sup>.

Com o já funcionamento definitivo da TV Borborema, o Diário da Borborema prestou-se a divulgar as programações diárias da emissora. Eram divulgadas tanto as programações que vinham de fora, tais como filmes e seriados, quanto os programas locais e seus respectivos horários. A programação iniciava-se com a abertura padrão sempre às 18h25min, seguia uma seqüência de desenhos, informes esportivos, jornalísticos e encerrava-se às 22h05min. Essa grade era dia-a-dia colocada nas páginas do citado jornal. Os programas eram curtos para atender as disponibilidades de horários que a televisão tinha para ir ao ar devido a toda uma condição técnica e estrutural que a tornava viável só no período noturno.

Além da divulgação da grade de programação diária da TV, o Diário da Borborema disponibilizou uma coluna intitulada “Rádio e TV”, onde nela se faziam comentários a respeito do que era produzido em termos de programação nesses dois veículos de comunicação na cidade de Campina Grande. As notas traziam nomes de artistas que se apresentariam no rádio e/ou na TV, nomes de políticos a serem entrevistados ou de pessoas influentes da sociedade, bem como tecia elogios sobre o desempenho dos seus profissionais na elaboração dos seus programas, e do sucesso que os mesmos faziam entre os campinenses. Jornais como O Diário de Pernambuco e o Jornal do Comércio, ambos do estado pernambucano, também possuíam uma coluna disponível para a divulgação dos acontecimentos do Rádio e das TVs locais, suas colunas eram intituladas “no Áudio e no Vídeo” e “TV Notícias”, respectivamente. Cada um se propunha a divulgar o novo veículo do qual eram empreendedores, o primeiro trazia em suas páginas anúncios da TV Rádio Clube de Pernambuco – Canal 6; o segundo trazia anúncios da TV Jornal do Comércio – Canal 2. As duas TVs foram inauguradas no mesmo ano na cidade do Recife, em 1960, e desde o início já faziam concorrência frente a suas programações<sup>4</sup>.

Em Campina Grande, o Diário da Borborema foi, enfim, sem dúvida, o maior divulgador da TV Borborema no momento de sua implantação e instituição na cidade. Era a partir das suas páginas que se propagava todo tipo de novidade a respeito deste aparato tecnológico que chegava à cidade para despertar a curiosidade dos campinenses.

Mas e os grupos populares, aqueles que não faziam parte da elite política e econômica com maior interesse na investida, como apareceram nos discursos desse pequeno grupo que se pretendia inovador e promotor do progresso? Afinal não podiam negar que “os campinenses”, como eles apresentavam em suas manchetes, englobavam pessoas de grupos sociais diversificados. Em algumas matérias de jornais a participação popular é destacada a partir do espetáculo. O lançamento das ações da emissora seria agraciado pelo desfile carnavalesco que, segundo a matéria publicada no Diário da Borborema, daria o aspecto popular à festa,

Dando um legítimo toque popular à festa do próximo dia dezenove, Escolas de Samba campinenses, solidárias com o empreendimento, sobretudo, visando emprestar maior alegria à noite memorável, desfilarão devidamente caracterizadas, pelas principais ruas da cidade, em autêntico “avant première” do carnaval de 62<sup>5</sup>.

A participação popular, como é apresentada nos jornais, deu-se de forma passiva e harmoniosa, pelo menos naquele momento de festividade. A “massa” saiu às ruas para festejar as negociações dessa novidade que despertava, mais enfaticamente, o grande interesse de um pequeno grupo local. Quando muito, eram citados de uma forma geral, na ocasião de um grande evento que envolvia a implantação da emissora,

No próximo dia 19, às 20 horas no auditório da “Associação Comercial de Campina Grande, com a presença de todos os integrantes da comissão incorporadora”, governador Pedro Gondim, comerciantes, industriais, representantes de entidades, estudantes, jornalistas, bancários, autoridades e o povo em geral, serão lançadas as ações da TV Borborema<sup>6</sup>.

Muitos populares entraram na era da televisão utilizando-se de várias táticas. No início, sem ter estas condições de possuir um televisor, e para não serem excluídos completamente do consumo daquela tecnologia, buscaram desenvolver alguma estratégias, uma bem marcante e corriqueira seria a “invasão” do espaço privado dos vizinhos mais privilegiados que já dispunham de uma *caixa mágica* exposta nas salas de suas casas.

A elite campinense pensava o meio social a partir das suas concepções de mundo e, assim, estando num lugar privilegiado, passava a reorganizar o meio social dos outros grupos sociais menos favorecidos, pelo menos, através dos seus discursos. Assim, desde os primeiros anos da década de 1960 esse grupo de pessoas vinha preparando, organizando a cidade para a chegada desse novo bem material e simbólico que se anunciava como algo inovador e que previa modificações radicais no processo de comunicação, como estava sendo observado com as experiências fora e dentro do país. Apropriar-se desse meio e dominá-lo talvez se mostrasse como uma alternativa a mais de perpetuar os lugares sociais de tal elite. Daí então todo o empreendedorismo de pessoas que se destacavam na política, na sociedade, nos meios de comunicação (rádio, jornal impresso) etc.

Campina Grande, na década de 60, contava com três rádios locais: as Rádios Cariri e Borborema, ambas fundadas em 1949, a Rádio Caturité, inaugurada em 1951 e o Diário da Borborema, fundado em 1957. Estes eram os principais meios de comunicação que participavam da vida política, econômica, social e cultural dos campinenses. Outros jornais do estado circulavam na cidade, como o Jornal Oficial da União, e também de outros estados como o Diário de Pernambuco. Mas eram os meios locais que estabeleciam uma relação mais próxima com os acontecimentos da cidade e do seu povo. O Rádio, sem dúvida, exerceu um papel fundamental no cotidiano das pessoas, pois como já mencionamos, este estava presente nos mais diversos eventos ocorridos na cidade prestando-se a informar e entreter a população campinense.

A televisão prometia integrar a vida privada das pessoas e, assim como o rádio, agora com o apelo da imagem passaria a exercer uma relação corriqueira e inovadora com seus telespectadores. Pensamos esta como um meio revolucionário pela sua associação da linguagem oral com a imagem que se mostra fascinante e se sobressai do apenas falar, assim como nos relata Geovanni Sartori,

A televisão consiste em levar à presença de um público de espectadores coisas para ver, quer dizer, visualmente transmitidas de qualquer parte, de qualquer lugar e distância. E na televisão o fato de ver predomina sobre o falar, no sentido que a voz ao vivo, ao de um locutor, é secundária, pois está em função da imagem e comenta a imagem.

A chegada dessa novidade, que apesar de ter sido focada apenas pela visão de uma minoria, trouxe, sem dúvida, transformações que mudariam as formas de diversão e entretenimento. A imagem privada da tela da TV instituiu, assim como defende Nicolau Sevcenko, um outro ritmo à vida das pessoas que passaram a organizar suas vidas em torno das programações televisivas. Os espaços privados foram se sobrepondo aos públicos com relação aos meios de lazer. Agora se podiam ver os grandes clássicos do cinema do sofá da casa, como anunciava as manchetes de publicidade dos jornais. Pensamos, assim, que as formas de se consumir os espaços públicos de reuniões para fins de entretenimento, diversão como cinemas, clubes, praças etc, tenham ganhado outro ritmo com a chegada da televisão.

---

<sup>1</sup> Consultar Diário da Borborema, Campina Grande – PB, em 20/09/1963.

<sup>2</sup> Consultar Diário da Borborema, Campina Grande – PB, em 27/07/1963.

<sup>3</sup> Consultar Diário da Borborema, Campina Grande – PB, em 30/10/1963.

<sup>4</sup> Os dois Jornais pertenciam aos Associados e as suas respectivas emissoras eram afiliadas da TV Tupi de Assis Chateaubriand, mas cada uma tinha à frente seu empresário local. A TV Jornal do Comércio era presidida pelo paraibano empresário e político F. Pessoa de Moraes

<sup>5</sup> Consultar Diário da Borborema, Campina Grande – PB, em 11/01/1962.

<sup>6</sup> Consultar Diário da Borborema, Campina Grande – PB, em 11/01/1962.

#### Referências

BARROS, Adriana Azevedo Paes de. **Da televisão no Brasil ao televisinho em Cuiabá: aspectos históricos e a influência na Cuiabá dos Anos 70**, Cuiabá: Editora Studio Press e Multicor Editores Associados, 1997.

QUEIROZ, Adolpho Carlos Françoso. **TV de papel: a imprensa como instrumento de legitimação da televisão**. Piracicaba: Editora UNIMEP, 1992.

SIMÕES, Inimá F. TV à Chateaubriand. In: **Um País no ar: história da TV em três canais**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

SARTORI, Giovanni. **Homo Videns – Televisão e pós-pensamento**. Bauru, SP: EDUSC 2001.

SEVCENKO, Nicolau. “A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio”. In: **História da Vida Privada no Brasil**. vol. 3. São Paulo: Cia das Letras, 1998.