

**FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS (FGV)**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA, POLÍTICA E BENS  
CULTURAIS (PPHPBC)**

**MESTRADO PROFISSIONAL EM BENS CULTURAIS E PROJETOS SOCIAIS**

**ROBERTO MIRANDA MORET CORRÊA**

**O brasileiro e a televisão: uma relação além da tela.**

**RIO DE JANEIRO – RJ**

**2021**

**ROBERTO MIRANDA MORET CORRÊA**

**O brasileiro e a televisão: uma relação além da tela.**

Relatório técnico para apresentação de produto à banca do Mestrado Profissional em Bens Culturais e Projetos Sociais, da Fundação Getúlio Vargas, como requisito para a obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Prof. Dra. Thais Blank

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema de Bibliotecas/FGV

Corrêa, Roberto Miranda Moret

O brasileiro e a televisão: uma relação além da tela / Roberto Miranda  
Moret Corrêa. – 2021.

26 f.

Dissertação (mestrado) - Escola de Ciências Sociais da Fundação Getúlio  
Vargas, Programa de Pós-Graduação em História, Política e Bens Culturais.

Orientador: Thais Continentino Blank.

Inclui bibliografia.

1. Telespectadores - Brasil. 2. Discriminação. 3. Televisão - Aspectos  
sociais - Brasil. 4. Televisão digital. I. Blank, Thaís. II. Escola de Ciências  
Sociais da Fundação Getúlio Vargas. Programa de Pós-Graduação em  
História, Política e Bens Culturais. III. Título.

CDD – 791.45

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS

CENTRO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DE HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA DO BRASIL

ROBERTO MIRANDA MORET CORRÊA

“O BRASILEIRO E A TELEVISÃO: UMA RELAÇÃO ALÉM DA TELA”.

DISSERTAÇÃO APRESENTADO(A) AO CURSO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM BENS CULTURAIS E PROJETOS SOCIAIS PARA  
OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE (A) EM BENS CULTURAIS E PROJETOS SOCIAIS .

DATA DA DEFESA: 06/10/2021

ASSINATURA DOS MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA

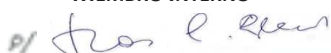
PRESIDENTE DA COMISSÃO EXAMINADORA: PROF<sup>º</sup>/ª THAIS CONTINENTINO BLANK



PROF<sup>º</sup>/ª THAIS CONTINENTINO BLANK  
ORIENTADOR(A)



PROF<sup>º</sup>/ª JOÃO MARCELO EHLERT MAIA  
MEMBRO INTERNO



PROF<sup>º</sup>/ª MARIA GANEM MULLER  
MEMBRO EXTERNO

RIO DE JANEIRO, 06 DE OUTUBRO DE 2021.



PROF<sup>º</sup>/ª CELSO CORRÊA PINTO DE CASTRO  
DIRETOR(A)



PROF<sup>º</sup> ANTONIO DE ARAUJO FREITAS JUNIOR  
PRÓ-REITOR DE ENSINO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
Antonio Freitas, PhD  
Pró-Reitor de Ensino, Pesquisa e Pós-Graduação  
Fundação Getúlio Vargas

## **AGRADECIMENTOS**

Este trabalho não seria possível sem a parceria da empresa Seja Digital e da TV Globo, que me permitiram viajar por todo o Brasil para documentar essa incrível relação que o brasileiro tem com a televisão.

Agradeço a minha orientadora Thais Blank pela parceria, confiança, compreensão e por dividir seu vasto conhecimento.

Aos professores da minha banca, João Marcelo Maia e Maria Ganem que indicaram caminhos e me ajudaram a construir o documentário.

Aos colegas e professores da FGV.

À minha mãe, meu pai, minha irmã, avós e tios que sempre me incentivaram.

À minha companheira Marcela, que quase perdi ao longo deste trabalho, que me inspira e encoraja a enfrentar todos os desafios que se apresentam.

Ao meu filho, João, que me ensina a cada dia como me tornar uma pessoa melhor.

## **RESUMO**

O trabalho analisa a relação do brasileiro com a televisão. Como o veículo interfere diretamente na vida de milhões de pessoas e dita tendências em diversas áreas. A televisão se mostra como única opção de informação e entretenimento para grande parte da população. A qualidade da produção de conteúdo para a TV gratuita foi prejudicada com a chegada da TV por assinatura e do *streaming*, segregando a parcela da população que pode pagar por conteúdo de quem assiste às transmissões gratuitas. Para fazer essa análise, revisei um material captado em audiovisual em que registrei o processo de desligamento do sinal analógico da TV brasileira. O material original havia sido encomendado por empresas interessadas neste processo. A partir do acervo bruto, reeditei o conteúdo sob um outro olhar, buscando problematizar toda a relação que o brasileiro tem com a televisão. No processo de captação audiovisual, ao longo de 3 anos, percorri 42 cidades brasileiras e conversei com cerca de 200 pessoas de diferentes perfis. Como produto do mestrado profissional, selecionei onze pessoas do acervo audiovisual que possuo e produzi um documentário de aproximadamente 30 minutos, mostrando como se relacionam com a televisão.

**Palavras-chave:** Televisão brasileira, Televisão aberta, Transmissão digital, Programação da TV, TV digital.

## **ABSTRACT**

The work analyses the relationship between Brazilians and television. How the TV directly interferes in the lives of millions of people and sets trends in different areas. Television appears as the only information and entertainment option for a large part of the population. The quality of content production for free TV was affected by the arrival of pay TV and streaming, segregating the portion of the population that can pay for content from those who watch free broadcasts. To carry out this analysis, I revisited the files captured in audiovisual in which I recorded the process of switching off the analog signal from Brazilian TV. The original material had been ordered by companies interested in this process. From the raw collection, I reedited the content from a different perspective, seeking to analyze the entire relationship that Brazilians have with television. In the audiovisual capture process, over 3 years, I traveled through 42 Brazilian cities and talked to about 200 people of different profiles. As a product of the professional master's degree, I selected eleven people from the collection I have and produced a documentary of approximately 30 minutes, showing how they relate to television.

**Keywords:** Brazilian television, Free television, Digital broadcasting, TV programming, Digital TV.

## **SUMÁRIO**

<b>1 Introdução.....</b>	<b>6</b>
<b>2 Discussão teórico-metodológica.....</b>	<b>8</b>
<b>3 Discussão sobre o Formato .....</b>	<b>18</b>
<b>4 Apresentação do Produto.....</b>	<b>20</b>
<b>5 Aplicação do produto .....</b>	<b>21</b>
<b>6 Considerações finais.....</b>	<b>21</b>
<b>7 Referências bibliográficas.....</b>	<b>22</b>



## 1. INTRODUÇÃO

Quem não lembra de assistir à televisão com a imagem com chuviscos e som chiado? Precisava mexer na antena de um lado para o outro em busca de um sinal melhor e muitas vezes não se conseguia. Passado? Não para uma parcela do povo brasileiro, que ainda assiste à televisão com o sinal analógico. Essa realidade começou a mudar desde o fim de 2015, quando foi iniciado o processo de desligamento do sinal analógico em todo o Brasil. As capitais do país se tornaram cem por cento digitais em 2018. E só em 2024, o processo será concluído em todos os cantos do Brasil. Um leilão em 2014, no governo Dilma, vendeu a frequência de 700 MHz para quatro empresas de telefonia celular: Algar, Telefônica, Tim e Claro. Essa frequência é importante para essas companhias porque é a melhor faixa para a transmissão de internet 4G. Mas como essa mesma faixa era responsável por levar o sinal analógico da TV aberta brasileira, era importante desligá-la. E uma imposição do Governo durante a negociação foi não deixar nenhum brasileiro sem sinal de televisão. As quatro empresas vencedoras do leilão formaram uma ONG chamada “Seja Digital”, responsável por fazer este desligamento em todo o país, garantindo que todos teriam acesso ao sinal digital.

A nova tecnologia, que representa uma qualidade bastante superior de imagem e som, já era comum para as pessoas de classes sociais mais altas, moradoras de áreas nobres de grandes cidades, mas para a grande massa da população era uma revolução comparável à chegada da TV em cores. Havia muita gente que não estava preparada para receber o novo sinal. No início do processo, mais da metade das residências brasileiras só possuíam aparelhos de televisão de tubo, segundo dados do IBGE.

Para que a população que possuía a TV antiga pudesse aproveitar o sinal digital, era necessário um kit com antena e conversor. O governo estipulou que beneficiários de programas sociais, como o ‘Bolsa família’ e ‘Minha casa minha vida’ teriam direito a *kits* gratuitos que seriam distribuídos pela Seja Digital. Muitas vezes, os moradores tinham dificuldade em entender e instalar a nova tecnologia por serem muito idosos, analfabetos ou por não terem intimidade com eletrônicos. Por essa razão, a Seja Digital precisava, em muitos casos, instalar os kits nas casas dos beneficiários. E foi neste momento que entrei pessoalmente neste processo. Passei a documentar em audiovisual todo esse marco histórico

da televisão brasileira. E pude ver de perto, além do processo em si, a relação impressionante que a população possui com sua televisão, que seria ampliada com a chegada da nova tecnologia. E essa conexão entre as pessoas e a televisão é o objeto de pesquisa que pretendo explorar, dando foco nos personagens que acompanhamos e registramos em vídeo.

Começamos o trabalho em Rio Verde, interior de Goiás, que foi a cidade piloto para se iniciar a migração do analógico para o digital. Depois fomos para Brasília, São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, até concluirmos todas as capitais brasileiras, em 2018. E desde então, as cidades do interior estão passando pelo processo. Ao todo, fui a 42 municípios e a mais de 100 residências no país. Todo o material foi captado em câmeras digitais e os arquivos, que somados têm aproximadamente 30 *terabytes*, estão salvos em 5 *Hds* externos, guardados na sede da produtora 5e60, da qual faço parte do quadro societário. O trabalho de filmagem do processo foi interrompido desde março de 2020, por causa da pandemia do coronavírus que assolou o mundo.

Estar nas casas de pessoas de todo o Brasil, me fez constatar a relação intensa das pessoas com a televisão. Em algumas casas visitadas, não havia sequer um banheiro, mas o aparelho de TV sempre ganhava destaque como objeto central de decoração e orgulho. O dia a dia era ditado em função da programação da TV. Para muitas famílias, quando passava o jornal do meio-dia era hora de almoçar. O jornal nacional dizia que era hora de jantar. E quando acabava a novela, estava na hora de dormir. Em muitos casos, ouvimos relatos de que a televisão era a única companhia dentro de casa. E era comparada a Deus por algumas pessoas. Ouvimos com frequência: “É Deus no céu e minha televisão aqui na Terra.”

Essa presença maciça da televisão na vida do brasileiro é facilmente demonstrada em números. Segundo dados do IBGE<sup>1</sup> de 2018, 97 % dos lares possuem pelo menos um aparelho de TV em casa. Sendo, desta forma, o veículo responsável por levar notícias e informações para a grande maioria dos brasileiros. A televisão é também única fonte de cultura para boa parte do país. 32% da população moram em municípios sem museu, 82 % sem livrarias, 31% sem teatro ou sala de espetáculo, 40 % sem cinema, 19 % sem rádio local e 15 % sem provedor de internet.

---

<sup>1</sup> Consulta disponível em: <https://censos.ibge.gov.br/2013-agencia-de-noticias/releases/26235-siic-2007-2018-setor-cultural-ocupa-5-2-milhoes-de-pessoas-em-2018-tendo-movimentado-r-226-bilhoes-no-ano-anterior.html>

Por possuir um acervo riquíssimo de imagens por todo o Brasil e por ter realizado dezenas de entrevistas filmadas com pessoas de diversos perfis falando de suas televisões, foi produzido um documentário, de aproximadamente 30 minutos, como o produto entregue para a conclusão do mestrado profissional. O documentário pretende se aprofundar no entendimento da relação dos brasileiros com a televisão, através da análise de alguns personagens. Foram apresentadas pessoas de diferentes idades, classes sociais, regiões do país e histórias de vida. É importante destacar que, originalmente, grande parte das filmagens foi realizada com o objetivo de valorizar a televisão. As abordagens com os entrevistados buscavam respostas que cumprissem esse propósito. O documentário, portanto, revisitou todo o material bruto captado com o objetivo de problematizar a relação entre os personagens entrevistados e a televisão, e ressignificar os depoimentos a partir de um novo olhar e uma nova edição.

## 2. DISCUSSÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA

O livro “Um perfil da TV brasileira” escrito pelo jornalista Sérgio Mattos em 1990 traça um panorama da história e da influência deste meio de comunicação entre os anos 1950 e 1990. Ainda na introdução da sua publicação, o autor destaca que ‘todas as emissoras estavam situadas em áreas urbanas, as programações eram dirigidas às populações urbanas e orientadas para o lucro.’ Tudo isso se mantém até os dias de hoje, mas é importante ressaltar que dos anos 1990 para os dias atuais, o perfil de quem assiste a TV aberta no Brasil mudou consideravelmente. A primeira mudança de paradigmas veio com a chegada da TV por assinatura. Depois veio a internet que possibilitou a transmissão via streaming, como o fenômeno mundial *Netflix*, por exemplo. Estes marcos afastaram parte do público de classes sociais mais altas da TV aberta, com exceção de uma boa parcela de idosos, que é mais resistente a novas tecnologias.

Recentemente, em 2020, houve um movimento de retorno de parte das classes sociais A e B na audiência de TV aberta, segundo dados da Kantar Ibope mídia. Isso se deve, em grande parte, ao jornalismo profissional, que presta serviço com informações sobre a pandemia do coronavírus, já que a pesquisa aponta que os principais programas que impulsionaram o crescimento foram os jornalísticos. Também pode-se relacionar a maior audiência com a quarentena que foi imposta para a sociedade por causa da disseminação da

doença viral. O telejornalismo ganhou audiência por, na opinião de muitos telespectadores entrevistados, “combater” a disseminação de notícias falsas que circulam em redes sociais. Muitas das *Fake News*, inclusive, dizem respeito a pandemia de COVID-19. Publicações falsas defendem o uso de medicações ineficientes ou sem comprovação científica, como a cloroquina, por exemplo. Outras questionam a comunidade científica e atacam a credibilidade do jornalismo profissional. O artigo “*Fake News*, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia” de Wilson da Silva Gomes e Tatiana Dourado, destaca que a forma que o jornalismo produz nos dias atuais precisou ser adaptado a um mundo em que conhecimento e verdade são cada vez mais entendidos como construções, em que a certeza absoluta se tornou um luxo inacessível.

Com a proliferação de falsificações nas narrativas sobre fatos políticos, parece que é o próprio jornalismo, a instituição a que historicamente se reputou o privilégio de nos assegurar sobre quais são, efetivamente, os acontecimentos da atualidade, que está sendo epistemologicamente questionado e desafiado. ( GOMES E DOURADO, 2019, pag 34 )

Mesmo desafiado, o jornalismo profissional é uma das maiores armas contra a disseminação de notícias falsas. É papel da televisão levar essa informação a milhões de brasileiros que não têm acesso a outros veículos oficiais de imprensa, mas são impactados diariamente com informações sem credibilidade que chegam pelas redes sociais, principalmente pelo aplicativo *whatsapp*. O jornalismo apura o que se viraliza e rebate com fatos. A autora Alzira Alves de Abreu destaca em seu livro, *Desafios da notícia: o jornalismo ontem e hoje*, que “o jornalista é responsável pelo trabalho de investigação: cabe a ele consultar documentos, entrevistar fontes de informação, observar os acontecimentos e extrair deles os dados necessários para construir a notícia” ( 2017, pag 14 ). E isso é o oposto dos métodos usados na construção de notícias falsas. Nelas, a construção das narrativas tem como finalidade a produção de mentiras que buscam manipular a população de forma que atenda a interesses políticos, econômicos ou de qualquer outra natureza.

Figura 1



O jornalista Gabriel Cavalcanti recorre às notícias da TV aberta durante a pandemia

Fonte: o autor

Ainda não é possível saber se esta retomada de audiência entre as classes mais altas será duradoura ou se é momentânea em função dos desdobramentos da pandemia que o país enfrenta. De qualquer forma, a televisão aberta, mesmo tendo perdido espaço para outras mídias, ainda atinge a maioria da população. A autora Esther Hamburger, que escreveu o capítulo “Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano” do livro *História da vida privada no Brasil, volume 4*, destaca algumas características que permitiram a televisão atingir esse patamar.

A televisão oferece a difusão de informações acessíveis a todos sem distinção de pertencimento social, classe social ou região geográfica. Ao fazê-lo, ela torna disponíveis repertórios anteriormente da alçada privilegiada de certas instituições socializadoras tradicionais como a escola, a família, a igreja, o partido político, a agência estatal. ( HAMBURGER, 2007, página: 443 )

E de fato, em campo, é fácil perceber que a televisão faz muitas vezes o papel da escola, da igreja e até da família. Para um grupo grande de entrevistados que fiz o registro, a TV faz parte da família. Em Boa Vista, por exemplo, conheci a Dona Diolinda. Ela é viúva, mora com alguns filhos, mas passa os dias praticamente sozinha. Tem a televisão como a grande companheira da vida. Já no caso de Luana Costa, moradora de São Luís, no Maranhão, a televisão é a única opção de lazer para ela, que tem dois filhos com deficiência e não pode sair de casa com eles.

Figura 2



Dona Diolinda, de Boa Vista: “A televisão é minha única companhia”.

Fonte: o autor

Figura 3



A televisão como única fonte de lazer para os filhos com deficiência

Fonte: o autor

Ainda segundo a autora Esther Hamburger, um dos produtos mais importantes que ajudaram a popularizar a TV foi a novela. Ela destaca que a novela estabelece padrões que os telespectadores podem até não concordar, mas viram referências para que se posicionem. Para a autora, a novela teria a capacidade de dar visibilidade a certos assuntos, comportamentos ou produtos e não a outros. E este produto, por dar uma super-representação de pessoas brancas em relação às negras, contribuiu com a reprodução da discriminação racial por todo o país. As novelas existem desde os anos 1950. E até hoje, os negros ainda não têm a mesma representatividade de atores brancos. Somente em 2004, uma atriz negra foi protagonista pela primeira vez em uma novela da TV Globo. Na ocasião, a atriz Taís Araújo fez a personagem principal na novela “Da cor do Pecado”. E mesmo que os atores negros, aos poucos, ganhem mais espaço, ainda está longe de se atingir uma equiparação com os brancos. Uma pesquisa do Grupo de Estudos disciplinares da ação afirmativa, do Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, analisou 101 novelas da TV Globo no período de 1995 a 2014. A conclusão é que, em média, 90 por cento dos atores são brancos e apenas 10 por cento negros ou pardos. Em 8 das novelas analisadas, todos os personagens são brancos. E quanto ao protagonismo nas produções, 52 por cento das novelas foram estreladas por mulheres brancas, 43 por cento por homens brancos, apenas 4 por cento tiveram uma mulher não branca como protagonista e 1 por cento por homens não brancos. No período analisado, não houve nenhuma novela protagonizada por um homem negro. E se levarmos em conta também que tipo de personagens são encenados por atores negros, nota-se que essencialmente representam empregados domésticos, favelados, bandidos ou malandros. Poucas vezes encenaram papéis de liderança nas telas.

Mesmo considerando as diferenças e preconceitos entranhados na sociedade brasileira, muitas vezes destacados nos programas de televisão, o próprio veículo dá a possibilidade da conexão virtual entre todos. Esther destaca que os telespectadores de classes populares e dominantes podem compartilhar da mesma fascinação. Em Rio Verde, interior de Goiás, a moradora de uma comunidade no local se apaixonou por um ator da televisão, o Márcio Garcia. E colocou um pôster dele ao lado de sua cama. A dona de casa, Luceni dos Santos, conta para todos os vizinhos que é casada com o ator. Márcio Garcia representa o que a televisão vende como um estereótipo de beleza: um homem branco, rico, urbano, ou seja, um objeto de desejo para as mulheres que sonham com um casamento “bem sucedido”. E pelo fato da TV o colocar diariamente dentro da casa das pessoas, muitos se acham íntimos a ponto



de se fascinar e desejar aquele “produto”. A dona Luceni, que tem 42 anos e é solteira, verdadeiramente acredita que é casada com aquele símbolo que assiste em sua casa.

Figura 4



Casamento imaginário: Luceni dos Santos e Márcio Garcia

Fonte: o autor

Ao mesmo tempo em que reforça estereótipos, a televisão, ao longo do tempo, se conecta com as demandas da classe dominante brasileira. O crescente movimento de respeito aos direitos LGBT+, promovido por parte da sociedade e de empresas multinacionais, que são potenciais anunciantes publicitários, repercutiu nas telas. Em 2015, um beijo entre as personagens de Fernanda Montenegro e Nathalia Timberg, na novela Babilônia da TV Globo, proporcionou um debate nacional sobre o tema na sociedade. Este foi o primeiro beijo entre duas mulheres exibido na televisão aberta brasileira. Duas moradoras de Niterói, no Estado do Rio, que entrevistei, contaram que este beijo na TV as deu coragem de assumir a relação que mantinham para os familiares. Isso demonstra a força que a televisão tem de pautar os debates nacionais. Segundo Hamburger, “A novela representa o cotidiano de uma sociedade mais rica e mais branca que a brasileira, mas esta sociedade “ideal” é reconhecida como a sociedade brasileira, e os assuntos que ela pauta podem vir a ser aqueles pelos quais se pauta o debate público e vice-versa.” (HAMBURGER, 2007, pag: 485 )



Figura 5



Taís e Simone assumiram a relação para parte da família inspiradas em cena de novela.

Fonte: o autor

Para muitos dos personagens ouvidos ao longo da produção do documentário, a televisão tem a capacidade de “transportar” os telespectadores para uma outra realidade, diferente do dia a dia massacrante que a maior parte da população vive de pobreza e exploração. É uma falsa sensação de que há uma fuga para um universo em que é possível ter oportunidades de melhorar de vida. Mesmo levando em conta, que o que se mostra nas telas, muitas vezes, alimenta e perpetua preconceitos históricos, como por exemplo, a mulher ascendendo socialmente através de um casamento. Não à toa, de modo geral, as pessoas não poupam esforços para participar de programas de TV. Seja para dar uma entrevista, ir a um programa de perguntas e respostas, participar de um reality show. Isso seria um “passaporte” para o mundo idealizado. Um mundo em que as pessoas comuns podem ser reconhecidas e admiradas. Duas pessoas entrevistadas para o filme, a faxineira Lindacy Menezes, da favela da Rocinha e o carnavalesco Thiago Ribeiro, morador do Leblon, zona sul do Rio, contam suas distintas trajetórias de vida. Mas o ponto comum aos dois, independente da classe social, é o fato de que aparecer na TV, na opinião deles, foi o grande momento em suas vidas. Foi quando passaram a ser reconhecidos e valorizados por familiares e amigos. Para Hamburger, “O mundo do espetáculo é visto como uma porta para o mundo ‘real’, aquele que propicia visibilidade pública. E visibilidade pública aparece como equivalente a integração plena,

como se, no mundo virtual do espetáculo, as discriminações seculares de classe e raça pudessem enfim ser redimidas.” ( HAMBURGER, 2007, página: 487 )

Figura 6



Lindacy e Thiago: a consagração na visão dos dois veio ao aparecer na TV

Fonte: o autor

No Pará, região norte do país, a cerca de 20 quilômetros de Belém, visitei o Quilombo do Abacatal, uma comunidade que foi fundada por escravos em 1710. Lá, viviam, na ocasião, 127 famílias e quase todas se sustentavam do cultivo de açaí, vendido na capital. Conversando com os moradores da comunidade, principalmente com os mais velhos, pudemos perceber como a televisão foi determinante na mudança de comportamento do quilombo ao longo dos anos.

Figura 7



Mãe e filha assistem à TV no Quilombo do Abacatal – Belém

Fonte: o autor

Desde a década de 1990, o aparelho de TV virou um objeto mais comum dentro da comunidade quilombola. A partir daí, os modos de se vestir, de falar, de consumir e de se comportar, foram sendo mudados dia após dia. Segundo Alzira de Abreu, “Foi a televisão que trouxe as maiores alterações culturais nas últimas décadas, influenciando comportamentos, afetando a fala, o vocabulário e documentando os principais acontecimentos do país”( 2017, pág 140 ). Até mesmo os jovens que nunca haviam saído da região já apresentavam comportamentos parecidos com os das populações urbanas, como, por exemplo, o medo da violência ao sair da comunidade, tão propagado pelo jornalismo e por programas de sensacionalismo. Quando entrevistei a moradora do Quilombo, a produtora rural, Vívian Cardoso, ela citou que nos jornais só são exibidas reportagens de crimes com mortes em sua região e, por isso, tem medo de ir até o centro da capital.

Uma outra importante reflexão sobre a televisão é que este veículo precisa de anunciantes para se manter em funcionamento e para investir em sua programação. Sérgio Caparelli, autor do livro *Televisão e capitalismo no Brasil* destaca que as emissoras são focadas no lucro e sempre se voltaram mais para a população urbana com poder de consumo. E como já foi dito, nos últimos anos, a televisão aberta vem perdendo a audiência deste público que sempre foi o alvo prioritário das emissoras. E essa nova realidade reduziu consideravelmente os investimentos na TV aberta. Grande parte dos anunciantes com maior poder econômico quer estar ao lado do público com maior poder aquisitivo, ou seja, na

internet e na programação *On Demand*. O faturamento na TV aberta está se adaptando ao novo perfil de anunciante voltado para o público, essencialmente, das classes C, D e E e para as pessoas mais velhas.

Esta nova realidade já se reflete na qualidade que é exibida na TV aberta. Até mesmo eventos com forte identidade cultural, como o futebol, deixaram de ser democráticas na televisão. Hoje para o cidadão assistir às partidas de seu time de coração, precisa pagar pelo produto “futebol *on demand*”. O público infantil foi “esquecido” pelas grandes emissoras. Desde que a publicidade voltada para crianças foi proibida nas TVs abertas, não se vê mais uma programação dedicada às crianças. Só assiste a desenhos quem pode pagar por eles. Até mesmo a maior emissora em produção de conteúdo brasileiro, a Rede Globo, está destinando cada vez mais verba para produzir produtos voltados para a plataforma digital *Globoplay*, que é paga. Garantir a qualidade do que será exibido nas emissoras de TV aberta é um dos grandes desafios desta nova era da televisão.

Para Sérgio Caparelli, autor do livro *Televisão e o capitalismo no Brasil*,

além de divertir e instruir, a televisão favorece aos objetivos capitalistas de produção, tanto quando oportuniza novas alternativas ao capital como quando funciona como veículo de valorização de bens de consumo produzidos, através das publicidades transmitidas. Além de ampliar o mercado consumidor da indústria cultural, a televisão age também como instrumento mantenedor da ideologia da classe dominante. ( Caparelli, 1982 )

Dentro desta perspectiva de Caparelli, o risco que a TV aberta e gratuita corre hoje é de mergulhar de vez no papel de mantenedor da ideologia da classe dominante. Donos de emissoras podem usar mais ativamente a velha prática do mandonismo e, de certa forma, influenciar politicamente algumas regiões. Isso considerando que grande parte da audiência é formada por um público que, muitas vezes é analfabeto ou não possui escolaridade suficiente para questionar em sua totalidade o que é imposto nas transmissões. Ou até mesmo, como destaca Esther Hamburger, “as TVs podem acabar reinstaurando as diferenças da sociedade através de programas populares sensacionalistas que reinscrevem as marcas da discriminação, confirmando as representações que associam a pobreza ao sensacionalismo, à violência e à barbárie” ( 2007, página: 487) Ao mesmo tempo, não podemos deixar de destacar que mesmo esse grupo não escolarizado, mais pobre, é capaz de ter uma crítica baseada em suas

experiências de vida, como destaca o autor Jacques Rancière, no livro *O espectador emancipado*. Segundo Rancière,

ser espectador não é a condição passiva que deveríamos converter em atividade. É a nossa situação normal. Aprendemos e ensinamos, agimos e conhecemos também como espectadores que relacionam a todo o instante o que veem ao que viram e disseram, fizeram e sonharam. Não há forma privilegiada como não há ponto de partida privilegiado. ( 2012, pág 21 ).

Sérgio Mattos divide em 4 as fases que a televisão aberta viveu até os anos 1990. Segundo ele, todas dentro de um contexto sócio-econômico-cultural. São elas: a fase elitista, de 1950 a 1964. A fase populista, de 1964 a 1975. A fase do desenvolvimento tecnológico entre 1975 e 1985. E a fase da transição e da expansão internacional entre 1985 e 1990, ano em que o livro foi escrito. No século XXI, pelo que pude perceber ao longo da minha pesquisa, vivemos uma fase em que a tecnologia digital está chegando em todos os cantos no Brasil e encantando o grande público com toda a sua qualidade de imagem e som. Mas também vivemos uma fase em que o que se assiste por trás desta qualidade “de cinema” não traz nenhum elemento transformador para a sociedade. O que se vê é um jornalismo de qualidade questionável em muitas regiões, pouquíssimas atrações de cultura e a ausência de programações educativas com relevância. Ou seja, o que se vê é a segregação do conteúdo de qualidade para quem pode pagar por isso contra a TV de graça distribuída digitalmente para consolidar uma massa de manobra de espectadores.

### **3. DISCUSSÃO SOBRE O FORMATO**

O projeto tem como produto final um filme documentário de aproximadamente trinta minutos. O formato proposto tem como objetivo explorar o vasto material audiovisual captado ao longo de mais de 4 anos em todo o Brasil. Nele é possível mostrar as particularidades de cada estado brasileiro e apresentar uma amostra bem diversificada de pessoas que fazem da televisão sua companheira. A imagem e o som captados conseguem mostrar muito além de um conteúdo escrito, por exemplo. Através do audiovisual, podemos observar todo o ambiente que cerca os personagens envolvidos na cena: suas casas, roupas, sotaques e emoções. Na direção do filme, houve a tentativa de interferir o mínimo possível nas ações das pessoas filmadas. A equipe de filmagem, na maioria das vezes, era reduzida,

com 2 pessoas apenas, em média. O diretor e o cinegrafista, que também era responsável pela captação do som direto. Poucas pessoas na equipe conseguem passar um ar mais intimista e costumam deixar o entrevistado mais à vontade para se expor de forma um pouco mais natural.

A forma como as entrevistas foram conduzidas tem influência do estilo do diretor de cinema Eduardo Coutinho. Apesar de haver um direcionamento nas perguntas, a partir das respostas dos entrevistados, foi possível estabelecer um diálogo mais aberto com as pessoas. Desta forma, muitas vezes foi possível registrar depoimentos surpreendentes e inesperados, ao se criar uma atmosfera de bate-papo informal. As autoras Consuelo Lins e Cláudia Mesquita, no livro *Filmar o Real*, retratam um pouco dos métodos de Eduardo Coutinho durante as filmagens, com os quais me identifico e tento colocar em prática.

Coutinho aposta no processo de filmagem como aquele que produz acontecimentos e personagens; aposta no encontro entre quem filma e quem é filmado como essencial para tornar o documentário possível. A entrevista não é mais simples depoimento nem dar a voz, mas um diálogo fruto de permanente negociação em que as versões dos personagens vão sendo produzidas em contato com a câmera. ( LINS, MESQUITA, 2008, pág 26 )

Por mais que se busque uma desenvoltura natural dos entrevistados, é sabido que ninguém em frente às câmeras age da mesma forma que agiria se estivesse longe delas. Por isso é necessária uma atenção especial do diretor para que os personagens se aproximem ao máximo das suas próprias verdades quando interagem com a câmera. O autor Bill Nichols, do livro *Introdução ao documentário*, destaca esse tema. Segundo ele,

as pessoas são tratadas como atores sociais: continuam a levar a vida mais ou menos como fariam sem a presença da câmera. Continuam a ser atores culturais e não artistas teatrais. Seu valor para o cineasta consiste não no que promete uma relação contratual, mas no que a própria vida dessas pessoas incorpora. ( Nichols, 2005, pág: 31 )

A partir das entrevistas realizadas e imagens captadas, o desafio seguinte foi cuidar da narrativa implementada durante a montagem do filme. A proposta foi construir o documentário utilizando os depoimentos como o fio condutor da história que será contada. As entrevistas e as imagens captadas se complementando e formando o enredo do documentário. Esse é um formato muito utilizado pelo cineasta Eduardo Coutinho. Destaco o capítulo *O cinema de Eduardo Coutinho: uma arte do presente*, escrito por Consuelo Lins, no livro *Documentário no Brasil*, organizado por Francisco Elinaldo.



Os mundos que o cineasta nos revela não estão centrados em um comentário nem em informações precisas, mas em depoimentos que traçam uma rede de pequenas histórias descentradas, que se comunicam através de ligações frágeis e não-causais. A lógica das imagens e do que dizem ou deixam de dizer os entrevistados que pesa na construção das sequências. ( Lins, 2004, págs 183, 184 )

Entretanto, o filme não se fecha apenas com os depoimentos. Narrações em *OFF* bem pontuais foram necessárias em alguns trechos para trazer uma informação ou para fazer uma transição de assunto ou ambiente. Alguns recursos em arte e *Motion Graphics* foram usados para dar ritmo e trazer informações adicionais aos espectadores. Foram utilizados *letterings* e pequenas animações interferindo nas imagens captadas. A parte sonora do filme conta com trilhas brancas e músicas brasileiras que conversem com o tema apresentado.

O conteúdo audiovisual vem se tornando cada vez mais presente na vida dos brasileiros. Seja através da televisão mesmo ou pelas telas dos *smartphones*. O audiovisual tem a capacidade de gerar um registro importante e de fácil acesso desta época que marca os 70 anos da TV aberta no Brasil. O autor Bill Nichols ressalta que “o vínculo entre o documentário e o mundo histórico é forte e profundo. O documentário acrescenta uma nova dimensão à memória popular e à história social”. ( 2005. Pag: 27 )

#### 4. APRESENTAÇÃO DO PRODUTO

O produto é um documentário de aproximadamente 30 minutos, dirigido e roteirizado pelo autor.

O filme apresenta onze personagens de diferentes regiões do Brasil. Cada um deles conta sua história com a televisão e diz como suas vidas são influenciadas pelo veículo. Os entrevistados nos mostram diferentes perfis de brasileiros que têm suas vidas impactadas diariamente pelas transmissões da TV aberta, seja com o jornalismo, com as novelas ou com os programas sensacionalistas. Conseguimos perceber o fascínio que a televisão impõe a todos que a assistem, independentemente da classe social ou região que mora. Ao mesmo tempo, é notória a carência de uma programação de qualidade que se preocupe, de fato, com o desenvolvimento da sociedade.

*Link* para visualização do documentário: <https://vimeo.com/604972363> , senha: mestradofgv.

## 5. APLICAÇÃO DO PRODUTO

O documentário produzido é destinado a um público que tenha o veículo televisão como objeto de interesse. Estudantes universitários, que cursem comunicação social, podem se beneficiar ao se depararem com um convite a reflexão sobre o impacto da televisão aberta na população brasileira em geral. O produto audiovisual é um conteúdo mais democrático do que uma dissertação acadêmica por se tratar de um formato consumido em massa por toda a população. Os brasileiros têm, por hábito e incentivo, muito mais facilidade em consumir conteúdo em vídeo em relação ao conteúdo escrito. Outro ponto relevante é a distribuição. Com a *internet*, esse documentário pode ser propagado com bastante facilidade e assistido, até mesmo, em aparelhos de telefone móvel.

Professores de comunicação que apresentarem este filme a seus alunos podem ressaltar a responsabilidade que os futuros profissionais de televisão terão com a sociedade. Através dos exemplos dos onze personagens mostrados no filme, nota-se que o jornalismo profissional vem se tornando cada vez mais uma arma contra notícias falsas, que novelas podem pautar discussões importantes na sociedade e que o encanto que a televisão causa nas pessoas pode ser usado como arma de manipulação por detentores do poder. Isso é amplificado no nosso país se levarmos em conta que, na maioria das residências brasileiras, a televisão é a única fonte de informação, entretenimento e cultura existente.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ideia inicial para este trabalho seria dissertar e fazer um documentário registrando o processo histórico do desligamento do sinal analógico e a chegada da tecnologia digital. Depois de iniciado o curso do mestrado e conversando com professores e orientadora, pude perceber que tinha em mãos um material até mais rico do que este processo. A relação que o brasileiro estabelece com a televisão permitia uma reflexão mais profunda e, de fato, foi isso que mais me marcou durante as viagens que fiz. O material captado e não utilizado nos vídeos contratados pelas empresas, possuía um enorme significado, até então ignorado. A possibilidade de mergulhar nesses arquivos e refletir sobre imagens e depoimentos deixados



de lado certamente me marcaram como profissional e vão mudar a forma como vou lidar com futuras gravações e entrevistas.

Algumas referências de filmes me ajudaram a construir a narrativa. Destaco dois deles. “Santiago” de João Moreira Salles, que mostrou como rever um material captado anteriormente sob uma nova ótica e como ressignificar trechos descartados num primeiro corte de edição. Outro filme, “O tempo e o lugar” de Eduardo Escorel, tem um contexto similar ao meu caso. As filmagens originais haviam sido contratadas para uma empresa e exibidas na TV Globo. A partir do que viu nas gravações, Escorel construiu seu filme. A forma como o diretor faz a introdução, com *OFF* em primeira pessoa, e como conduz a montagem, foram referências importantes no meu trabalho.

## 7. BIBLIOGRAFIA

ABREU, Alzira Alves. Desafios da notícia: o jornalismo ontem e hoje. Rio de Janeiro. FGV Editora. 2017.

ALLOA, EMMANUEL. Pensar a imagem. Belo Horizonte. Ed. Autêntica. 2015

CAMPOS, Luis Augusto, CANDIDO, Marcia Rangel, FERES, João. A raça e o gênero nas novelas dos últimos 20 anos. Gemaa ( grupo de estudos multidisciplinares da ação afirmativa ). IESP, UERJ. 2015. Disponível em: <http://gemaa.iesp.uerj.br/infografico/infografico3/>

CAPARELLI, Sérgio. Televisão e capitalismo no Brasil. Porto Alegre. L&M, 1982.

DA-RIN, Silvio. Espelho partido: tradição e transformação do documentário. Rio de Janeiro. Azougue editorial. 2004.

GANDRA, Alana. Pesquisa diz que, de 69 milhões de casas, só 2,8% não têm TV no Brasil. Agência Brasil, EBC. Rio de Janeiro. Fev. 2018. Disponível em:

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-02/uso-de-celular-e-acesso-internet-sao-tendencias-crescentes-no-brasil>

GOMES, Wilson; DOURADO, Tatiana. Fake News, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. Estudos em jornalismo e mídia. 2019.

HALL, Stuart. Cultura e representação. Rio de Janeiro. Ed PUC-RIO: Apicuri. 2016.

HAMBURGER, Esther. História da vida privada no Brasil vol. 4. São Paulo. Editora: Schwarcz LTDA. 2007.

LESSER, Jeffrey. A invenção da brasilidade; identidade nacional, etnicidade e políticas de imigração. São Paulo. Unesp. 2015

LINS, Consuelo e MESQUITA, Cláudia. Filmar o real: sobre o documentário brasileiro contemporâneo. Rio de Janeiro. Editora Jorge Zahar. 2008.

MATTOS, Sergio. Um perfil da TV brasileira: 40 anos de história – 1950 a 1990. Salvador. Editora: A Tarde. 1990.

NICHOLS, Bill. Introdução ao documentário. Campinas, SP. Editora Papyrus. 2005.

PADIGLIONE, Cristina. Brasileiro ficou 1h20 minutos a mais por dia diante da TV na quarentena. Abril, 2020. Disponível em:

<https://telepadi.folha.uol.com.br/brasileiro-ficou-1h20-minutos-a-mais-por-dia-diante-da-tv-em-abril-aponta-pesquisa/>

RANCIÈRE, Jacques. O espectador emancipado. São Paulo. Editora: Martins Fontes. 2012

SCHOHAT, Ella; STAM, Robert. Crítica da imagem eurocêntrica. Ed: Cosac Naify. 2006.

TEIXEIRA, Francisco Elinaldo. Documentário no Brasil: Tradição e transformação. São Paulo. Summus. 2004.