

# A Televisão chega ao Rio Grande do Sul: Breve Histórico da TV Piratini\*

Aline Strelow<sup>†</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

## Índice

1 E surge a TV	1
2 TV no Brasil	2
3 Piratini – Primeira emissora de TV do Rio Grande do Sul	3
Conclusão	8
Referências bibliográficas	9

## Resumo

Este trabalho tem como objetivo refletir sobre o surgimento da primeira emissora de televisão do Rio Grande do Sul (Brasil), a TV Piratini. Integrante do conglomerado Diários e Emissoras Associados, de Assis Chateaubriand, a empresa revive, no Estado, a experiência pioneira da TV Tupi em nível nacional. Criada na fase *elitista* da televisão no Brasil, a emissora supera obstáculos comerciais decorrentes do avanço tecnológico e da competição acirrada que se estabelece a

---

\*Trabalho apresentado no GP História do Jornalismo, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>†</sup>Jornalista. Doutora e Mestre em Comunicação Social. Pós-doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo.

partir da década de 1960, mas entra em declínio com o grupo que a abriga. O trabalho insere-se nos estudos sobre a história da comunicação e do jornalismo no Brasil.

**Palavras-chave:** História do jornalismo; História da televisão; Televisão no Brasil; Televisão no Rio Grande do Sul

## 1 E surge a TV

A invenção da televisão é resultado de um longo processo de pesquisas e descobertas. Ela é derivada de tecnologias anteriores, como a eletricidade, a fotografia, a cinematografia e a radiofonia. De acordo com Sartori (1987, p. 249), a televisão desenvolveu-se como empresa autônoma, desde os primeiros anos da década de 1920 até o aparecimento dos primeiros modelos de televisão pública e privada dos anos 1930. Seu amadurecimento como sistema industrial complexo, dirigido a um público cada vez maior de consumidores, se dá após o término da Segunda Guerra Mundial, tendo como centro propulsor o aparato norteamericano.

As vendas de aparelhos de TV iniciam, nos Estados Unidos, na década de 1920. Em 1926, a General Electric anuncia a produção

em escala industrial. Em 1936, a RCA inicia a produção de uma televisão econômica, também em escala industrial. Na Europa, ao invés de sociedades particulares, são os governos ou instituições públicas os responsáveis por investimentos em televisão. A Alemanha realiza as primeiras experiências públicas em 1928, seguida pela Inglaterra, em 1929, pela Itália, em 1930, e pela França, em 1932. Será a Inglaterra, em 1936, que dará início a um serviço público regular de televisão, precedendo até mesmo os norte-americanos. *A idade da televisão*, no entanto, como definida por Briggs e Burke (2004), iniciaria na década de 1950, quando também é inaugurada a primeira televisão latino-americana, a brasileira TV Tupi.

## 2 TV no Brasil

A televisão brasileira, pioneira na América Latina, foi inaugurada oficialmente no dia 18 de setembro de 1950, em estúdios precariamente instalados em São Paulo, graças ao pioneirismo de Assis Chateaubriand. O surgimento da TV Tupi Difusora se deu em uma época em que o rádio era o principal veículo de comunicação de massa do país, com abrangência em quase todos os estados.

Enquanto, nos Estados Unidos, a indústria televisiva se apóia no cinema, no Brasil, ela será influenciada pelo rádio, do qual utilizará estrutura, adaptará formatos de programação e onde buscará recursos humanos (MATTOS, 2009). Inicialmente grande parte dos programas era produzida pelos patrocinadores e suas agências de publicidade, em uma clara inspiração na estratégia até então adotada pelo rádio, associando o nome dos programas a seus patrocinadores (BRITTOS, 1998; REIMÃO, 2000).

Um ano e alguns meses após a primeira transmissão da Tupi, estima-se que existissem, no Brasil, cerca de 7 mil aparelhos de televisão – a maioria em São Paulo e o restante no Rio (SIMÕES, 1986). “A televisão, que começara de maneira improvisada, em poucos meses contará com grandes anunciantes que, através de agências de publicidade, começam a atuar mais seriamente nesse novo veículo. Os anunciantes/patrocinadores terão um papel bastante amplo nos primeiros anos da TV no país”, como salienta Reimão (p. 68). A TV Tupi integrava os Diários e Emissoras Associados, grupo de propriedade de Chateaubriand, que era, à época, um verdadeiro império de comunicações no país, uma cadeia que envolvia jornais, revistas e emissoras de rádio com grande influência na vida nacional. O conglomerado chegou a compreender quase 100 empresas (33 jornais, 25 emissoras de rádio, 22 emissoras de televisão, uma editora, 28 revistas, duas agências de notícias, uma agência de publicidade, duas gravadoras de discos, entre outras).

A primeira fase da televisão no Brasil vai, de acordo com Mattos (1990), de 1950 e 1964 e pode ser considerada *elitista*. Como lembra Brittos, o televisor, na estréia, em 18 de setembro de 1950, quase inexistia e depois se manteve um aparelho caro, que só popularizou-se realmente no decênio de 60. Além da dificuldade de acesso ao equipamento, o termo *elitista* também poder associado à programação:

Nestes primeiros anos de TV no Brasil exibiam-se, além dos *shows* que repetiam modelos radiofônicos, teleteatros, telefilmes e se-

riados estrangeiros (especialmente norte-americanos) e também alguns programas cujos formatos foram diretamente inspirados na TV americana, como, *O Céu é o Limite* (perguntas e respostas), *Gincana Kibon* (brincadeiras e competições) e *Esta é a sua vida* (relato-homenagem de uma vida através de depoimentos de amigos e conhecidos). A programação da TV brasileira em seus primeiros anos é considerada como tendo sido *elitista* devido a apresentação, em teleteatros, de textos de teatro clássico e de vanguarda, e por apresentar também alguns programas de música erudita (REIMÃO, p. 69).

Até 1955 a televisão estava presente somente no eixo Rio-São Paulo: nessa data foi instalada no Paraná e em Minas Gerais. Em Pernambuco, chegou em 1957. Sua expansão acontece em 1959 (BRITTOS, 1998), ano em que é inaugurada a primeira emissora do Rio Grande do Sul, a TV Piratini.

### 3 Piratini – Primeira emissora de TV do Rio Grande do Sul

A TV Piratini, do grupo Diários e Emissoras Associados, foi ao ar no dia 20 de dezembro de 1959. Antes dela, no entanto, outras iniciativas na área começam a surgir já no início da década de 1950. Conforme Kilpp (2001), talvez a primeira manifestação de interesse pela televisão no Estado tivesse partido de Arnaldo Balvê que, em 1951 – um ano após o surgimento da TV no Brasil – obteve a

promessa do então presidente, Getúlio Vargas, de obter um canal. Em 1957, Balvê se uniu a Maurício Sirotsky para constituir a Rádio Gaúcha e Emissoras Reunidas e iniciaram as tratativas para a obtenção de um canal de TV, o 12, o que só aconteceria em 1961. Assis Chateaubriand antecipou-se a eles e anunciou, ainda em 1955, o futuro canal da Rádio e TV Farroupilha, do qual teria desistido, em 1956, ano da constituição da Rádio e TV Piratini. À frente da empresa, estava um empresário local, que oferecia ações abertas a quem quisesse participar do empreendimento.

Era 1958 quando, durante o programa de auditório *Quando os galãs se encontram*, no ar na Rádio Farroupilha, Assis Chateaubriand dirigiu-se ao microfone, acompanhado de João Calmon, Ruy Rezende e Franklin Peres, e anunciou: “Em dezembro do próximo ano, vamos dar ao Rio Grande a primeira emissora de televisão, a TV Piratini”. O programa reunia pares românticos famosos, que faziam sucessos nas radionovelas do Estado na época. A partir daquele anúncio, uma equipe foi escolhida criteriosamente, junto à Rádio Farroupilha, para fazer estágio na TV Tupi do Rio de Janeiro. O grupo que partiu para o Rio de Janeiro contou com nomes como: Enio Rockenbach, César Walmor Bergesch, Sérgio Reis, Nelson Cardoso, Érico Kramer, Athayde de Carvalho, Danúbio Fernandes, Jorge Teixeira, René Martins, que se juntaram a José Maurício Pires Alves, Fernando Miranda e Nelson Vaccari. Era a equipe básica da TV Piratini (SANTOS, 2009, p. 54).

A emissora foi ao ar efetivamente no final do ano de 1959, com programação totalmente ao vivo, inclusive os comerciais. As-

sim como aconteceu em nível nacional, no Rio Grande do Sul a TV inspirou-se no rádio, onde foi buscar profissionais, formatos e linguagens. “Os quadros da Rádio Farroupilha desenharam sua programação, os programas de auditório do rádio passaram a ser televisionados, o radiojornalismo foi transplantado”, explica Kilpp (2001, p. 28), lembrando que algumas dezenas de funcionários, entre jornalistas, técnicos e artistas, transitavam entre o rádio e a televisão. De acordo com ela, o Estado destacava-se por seus muitos músicos e radioatores. Programas prontos também vinham da TV Tupi do Rio e de São Paulo, que abasteciam as emissoras dos Associados Brasil afora. No início da década de 1960, a Piratini contava com cerca de 50% de programação local.

Além dos programas locais e dos enlatados fílmicos estrangeiros, circulavam no Canal 5 programas produzidos no Rio-São Paulo e que eram reprisados nas capitais onde as Associadas tinham afiliadas, quase sempre com um apresentador local. Mantinham-se os quadros-programa e o elenco (que semanalmente percorria de avião o país), só que o programa adquiria um tom singular na figura do apresentador-âncora, especialmente no caso de *shows* ou entrevistas, nos programas de auditório. Os esquetes e seriados, de estúdio, às vezes viajavam com toda a equipe; às vezes substituía-se o elenco base por atores locais e os técnicos eram próprios também (KILPP, 2000, p. 41).

O primeiro telejornal da TV Piratini foi

o Repórter Esso – oriundo do rádio, foi o principal telejornal brasileiro na década de 1950, com versões distintas em cada região do País. No Rio Grande do Sul, era narrado por Helmar Hugo. Os primeiros telejornais gaúchos, de acordo com Rüdiger (1998), se caracterizavam pelo excesso de falas e pobreza de imagens, devido às dificuldades técnicas existentes e ao alto custo de produção – a programação da TV era pouco atraente para o grande público, como de resto parecia ser toda a programação da televisão nos primeiros tempos. De acordo com o autor, o parco desenvolvimento do jornalismo em televisão segue, em parte, o tratamento que o mesmo recebia anteriormente no rádio, conforme indica o gráfico abaixo:

**Percentagem da programação jornalística na programação total das emissoras de rádio e TV do Rio Grande do Sul**

Ano	Rádio	TV
1940	9%	–
1950	6%	–
1960	9%	27%
1970	12%	6%
1980	15%	25%

Fonte: Rüdiger, 1998.

Santos (2009, p. 56) descreve o momento de outro modo:

O profissionalismo, a dedicação, a garra dos funcionários – a maioria vinda da Rádio Farroupilha – transformaram o Canal 5 num sucesso fantástico. As famílias reuniam-se em casas que já tinham aparelhos de televisão para acompanhar novelas realizadas por pro-

dutores e atores gaúchos, e programas musicais como o *Grande Show Wallig*, que ia ao ar às 20h de domingo, com Grande Orquestra, cantores e apresentação de um astro do centro do País, que encantava os telespectadores. Seis novelas eram levadas ao ar diariamente. Muitas delas realizadas por elenco gaúcho e ao vivo.

Conforme Brittos (2009), desde cedo o novo meio apresentou enorme impacto. Enquanto aumentava o número de televisores, as sessões de cinema diminuía de público, e o rádio deixava de ser o grande ponto de encontro domiciliar. Num primeiro momento, a TV implicou “televizinhos”, alterando laços de vizinhança, que passava a se reunir nas casas próximas não mais para conversar sobre temas gerais, mas para assistir à televisão. Com isso, os proprietários de televisores distinguiram-se socialmente, o que estimulou a venda de aparelhos.

A realidade da emissora, regionalmente, reflete, em seu período inicial, o momento em se encontra a televisão em nível nacional – a fase *elitista*. As imagens externas, de custo muito elevado, eram raras. Elas advinham basicamente de cinegrafistas e eram destinadas aos telejornais que, mesmo assim, eram bem pouco ilustrados. Para mudar esse panorama e qualificar sua programação, a Piratini contratou, durante certo tempo, os serviços de uma produtora independente para filmar os acontecimentos do dia, a DK Filmes. De acordo com Rüdiger (1998, P. 82), mesmo assim, os resultados foram pífios: o telejornalismo continuou sendo o primo pobre, prisioneiro de estúdio, de uma televisão que, por sua vez, es-

tava longe de ser brilhante e inspirada e só começou a lhe dar melhores perspectivas a partir dos anos 1970.

As características locais eram marcantes na emissora, uma preocupação do próprio Assis Chateaubriand em relação a seus empreendimentos regionais. No Rio Grande do Sul, o empresário era dono dos jornais Diário de Notícias e A Hora e das rádios Farroupilha e Difusora. Para Rüdiger (1998), o surgimento dos grandes conglomerados de comunicação no Estado, resultantes da fusão entre empresas jornalísticas e emissoras de rádio e TV, marca a passagem do jornalismo gaúcho à fase de indústria cultural.

Embora o Condomínio Associado<sup>1</sup>, recém criado em 1959, transmitisse a impressão de um transatlântico navegando a pleno vapor, quem mergulhasse um pouco na contabilidade daquele mundo de empresas teria uma visão mais nítida de que se tratava de um navio com enormes rombos no casco, como define Moraes (1994, p. 614). É este o cenário do grupo que recebe a TV Piratini, inaugurada pelo então governador do Rio Grande do Sul, Leonel Brizola. Além dos problemas financeiros, Moraes salienta que a obsessão de Chateaubriand em “federalizar” os Associados, dividindo-os em capitânicas autônomas (que, nas horas de aperto, socorriam umas às outras), caminhava na direção oposta do que, já no ano seguinte, seria a tendência mundial da televisão. Com o videotape, o destino da televisão era a formação de *networks*, redes com programação centralizada e retransmitida por fitas, exatamente o contrário do que o jornalista fazia

<sup>1</sup> No dia 21 de setembro de 1959, Chateaubriand anunciou a doação, a 22 de seus empregados, de 49% da propriedade de seu império de comunicações.

com os canais que ia inaugurando aos botões, cada um deles com uma direção, uma política, uma programação própria.

Fato é que, até 1962, no entanto, a Piratini não teve concorrência. Ela inicia no final desse ano, no dia 4 de dezembro, quando a TV Gaúcha coloca no ar um programa experimental, em comemoração ao Dia Pan-americano da Propaganda. No dia 29 de dezembro, a emissora inicia oficialmente suas transmissões, com dois diferenciais importantes: uma proposta de programação local e a constituição como um negócio organizado comercialmente. Se a Piratini havia investido, em 1959, na formação de seus quadros no Rio de Janeiro, a Gaúcha já entra no mercado contando com os melhores profissionais da TV local, já que muitos migraram imediatamente de uma emissora para outra.

Mais moderna que a Piratini em tecnologia e gerenciamento comercial, a Gaúcha planejava, já em sua instalação, tornar-se produtora de programas, contando de saída com equipamento de VT<sup>2</sup> que a outra não tinha ainda. Mas foram os programas de auditório da Rádio Gaúcha e o emblemático apresentador Maurício Sirotsky Sobrinho que perfilarão a programação da TV (KILPP, 30).

<sup>2</sup> O VT possibilitou as novelas diárias e a implantação de uma estratégia de programação horizontal. A veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana possibilitou a criação do hábito de assistir televisão, rotineiramente, prendendo a atenção do telespectador e substituindo o tipo de programa em voga até então, de caráter vertical, com programas diferentes todos os dias (MATTOS, 1990, p. 12).

Inicia-se a competição entre as emissoras, que acelerou a busca de maior cobertura e melhor qualidade dos sinais. Os altos investimentos exigidos em um contexto de forte concorrência levaram a dificuldades financeiras para ambas as empresas. Mesmo com a baixa qualidade das cópias que vinham de São Paulo e do Rio de Janeiro, tanto a Piratini quanto a Gaúcha precisaram reproduzir programas vindos de fora: a primeira, os da Tupi; a segunda, os da Excelsior. Para reduzir os custos, as emissoras precisavam diminuir, também, a programação local, que já havia sido de mais de 60%. Os críticos de TV, que a essa altura já ocupavam seus espaços nos jornais, denunciavam a baixa qualidade das cópias e exigiam a ampliação da programação local, mas não eram atendidos.

A Piratini, que sofrera o impacto do surgimento da Gaúcha, em 1963 foi instruída a acabar com a maior parte dos programas locais, demitindo artistas e técnicos. De outro lado, a Gaúcha, obrigada à ligar-se a Excelsior, não conseguia sequer manter seus próprios quadros e adotou uma grade importante de enlatados (KILPP, 32).

Outro problema em relação ao videoteipe era o atraso com que muitas cópias chegavam a regiões periféricas, como o Rio Grande do Sul, fazendo com que, por exemplo, um capítulo de novela fosse repetido por vários dias ou que um programa anunciado fosse, na última hora, substituído por outro. Até 1967, foram apenas diminuindo os programas locais ao vivo. Por outro lado, os enlatados começavam a adquirir maior quali-

dade. O período de 1964 a 1975<sup>3</sup> corresponde à segunda etapa de desenvolvimento da televisão brasileira, caracterizando a fase em que a televisão deixa o improvisado de lado e torna-se cada vez mais profissional. Trata-se da fase *populista* da TV no Brasil, na qual ocorre o barateamento dos aparelhos e a consequente ampliação do acesso a eles. Nesse período, iniciam as obras de ampliação e modernização do sistema de telecomunicações no País, o que permitiu o surgimento das redes de televisão, que passaram a ter influência de abrangência nacional na promoção e venda de bens de consumo de larga escala. A maior rede de televisão do Brasil, a Globo, surgiu em 1965, com o respaldo financeiro e técnico do grupo americano Time/Life<sup>4</sup> (MATTOS, 1990, p. 15).

Em dezembro de 1969, mais uma emissora foi inaugurada no Rio Grande do Sul, a TV Difusora. A empresa assinou um protocolo de intenções com a Globo, que acabou

<sup>3</sup> Durante a ditadura militar, os meios de comunicação foram controlados através da censura, agravada com o Ato Institucional nº 5, de 1968, da outorga de concessões a organizações confiáveis e da distribuição de verbas publicitárias. Ao mesmo tempo, a televisão, preponderantemente a Rede Globo, colaborou nos projetos de crescimento econômico, incentivando o consumo, e de integração do país. Foram criadas estruturas para transmissões nacionais, a partir da inauguração do sistema de microondas, em 1967, e a cores, em 1972, ao lado de instrumentos regulamentadores da atividade midiática (BRITTOS, 1998).

<sup>4</sup> Através desse acordo, a Globo recebeu investimento de US\$ 5 milhões e assessoria, em várias áreas, do grupo norte-americano Time/Life. Uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) do Congresso Nacional considerou o acordo inconstitucional, mas o governo não cassou a concessão, dando um prazo para a regularização da situação, através do afastamento dos estrangeiros. Isto representou um golpe nos Associados e na Excelsior, ambas ancoradas em capital nacional (BRITTOS, 1998).

não se concretizando, mas que sinaliza sua intenção em ocupar espaços no Estado. Nos primeiros tempos, a Difusora chegou a ter cerca de 70% de programação local, com um telejornalismo diferenciado, com programas premiados que tiveram seu formato mais tarde adotado por outras emissoras locais. Em 1972, quando foi introduzida a cor na televisão brasileira, a Difusora liderou o *pool* de emissoras que fez a transmissão.

A hegemonia, que era de Chateaubriand na década de 1950, e compartilhada na década de 1960 entre a Tupi, a Excelsior e a Record, seria da rede de Roberto Marinho a partir da década de 1970. Em 1969, entrava no ar o primeiro telejornal brasileiro em tempo real, o Jornal Nacional, da Rede Globo. A TV Gaúcha, que já veiculava programas da Globo desde 1967, tornou-se sua afiliada em 1971. Em 1972, foi criada a Rede Brasil Sul (RBS). Trata-se, atualmente, da afiliada mais competitiva da Globo.

Com a Gaúcha pressionada a diminuir sua programação local por exigência da Globo, a Difusora e a Piratini tentam ocupar esse espaço. A última investe em funcionários e programas locais para alcançar o objetivo da Tupi, de chegar ao segundo lugar de audiência no Rio Grande do Sul – único espaço em que não ocupava essa posição. A má qualidade do sinal, no entanto, foi apontada como um dos motivos do insucesso da empreitada.

No final da década de 70, quando a Piratini estava às vésperas de ser cassada, surge no Rio Grande do Sul a TV Guaíba, empreendimento tardio do grupo Caldas Júnior, liderado por Breno Caldas. Mesmo contando com o respaldo da Caldas Júnior, tradicional grupo de comunicação do Estado, a TV Guaíba não conseguiu deslanchar e competir em pé de igualdade com a Gaúcha, que

a essa altura já era vista como a Globo. A emissora de Breno Caldas viabilizou programas importantes, especialmente no campo do telejornalismo, mas ruiu com a Caldas Júnior, com a crise que culminou, em 1984, no fechamento do jornal *Correio do Povo*<sup>5</sup> (KILPP, 2000, p. 33 a 38).

A década de 1980 inicia com o fechamento da TV Piratini, que foi cassada com as demais Associadas. O Condomínio Associado estava insolvente desde 1979, suas concessões de TV estavam vencidas e não poderiam ser renovadas, porque a lei exigia que as empresas estivessem com os impostos em dia, sem pendências trabalhistas ou processos na Justiça. Em 16 de julho de 1980, um decreto assinado pelo presidente João Baptista Figueiredo cassou a concessão da TV Tupi, de São Paulo, que completaria 30 anos em dois meses. Mais seis emissoras do Condomínio foram cassadas, entre elas, a TV Piratini (CRUZ, 2008). A partir de 1981, o canal que ocu-

<sup>5</sup> As dificuldades financeiras decorrentes da tardia instalação de sua emissora de TV, entre outros fatores, fizeram com que a Caldas Júnior entrasse na década de 1980 em decadência. Breno Caldas lançou mão de suas relações com políticos e empresários, mas não conseguiu evitar a queda: “Começaram a surgir problemas por todos os lados. Nós nos descapitalizamos demais e começamos até mesmo a atrasar a folha de pagamento, o que jamais tinha ocorrido antes. Com isso surgiram as ações trabalhistas em grande número, num vulto que começou a pesar na balança”, afirma (1987, p. 45). As dívidas, na casa dos milhões de dólares, levaram cerca de 90% do patrimônio pessoal de Breno Caldas, que vendeu o que podia para sustentar o *Correio do Povo*. No processo de falência, ele aparece como o maior credor. Em 1986, as empresas do grupo foram vendidas para o empresário Renato Bastos Ribeiro. A TV Guaíba passou a operar através da sublocação de horários. Em 2007, foi vendida, junto com as demais empresas do grupo, para a Rede Record.

pava, o 5, passou para o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). No mesmo ano de 1980, mais uma emissora de TV surgiu no Estado, a TV Pampa, com 15% da programação produzida localmente. Em seus momentos finais, a Piratini reduziu a programação local a minguações 5%. “Disputando um mercado cada vez mais competitivo e localmente restrito, as nossas emissoras passaram cada vez mais a veicular através de si, como um canal mesmo, as imagens globais que já não nos surpreendem”, afirma Kilpp (2000, p. 55 e 56).

## Conclusão

Os meios de comunicação de massa representam, no Brasil, uma das principais fontes de informação da sociedade. A televisão continua sendo o meio de maior abrangência e popularidade no país, à frente do rádio, dos jornais impressos e da Internet, mesmo que esta tenha avançado muito nos últimos anos. Conhecer a história da TV e do telejornalismo praticado no Brasil ajuda-nos a refletir sobre o contexto contemporâneo da comunicação e compreender as relações políticas e econômicas que, no início dessa trajetória, começaram a desenhar o quadro que vemos hoje.

A história da TV no Rio Grande do Sul é uma história a ser contada. Nesse sentido, é valiosa a contribuição da pesquisadora Suzana Kilpp que, na obra *Apontamentos para uma história da televisão no Rio Grande do Sul*, além de apresentar um dos mais completos estudos sobre o tema já publicados em livro, lança uma série de propostas de assuntos a serem estudados.

Com o trabalho aqui apresentado, pretendemos dar nossa contribuição para essa



área, enfocando a primeira emissora do Rio Grande do Sul, a TV Piratini. Seu surgimento e trajetória estão intimamente ligados ao grupo Diário e Emissoras Associados, de Assis Chateaubriand, do qual fazia parte. Assim como as demais emissoras do grupo espalhadas pelo Brasil, a Piratini era uma unidade autônoma, com programação própria, embora contasse com os enlatados da TV Tupi do Rio de Janeiro e de São Paulo. Sua estrutura não era a de rede, que marcaria a indústria de televisão no Brasil a partir da década de 1970. A emissora surge em um momento em que, mesmo com muita influência na vida política e social do País, os Associados passam por uma grave crise financeira.

No Estado, a Piratini desbrava um território ainda inexplorado. Repete, de certa forma, o caminho percorrido pela Tupi em seus primeiros anos, “importando” funcionários das emissoras de rádio e formando-os para o novo meio, adaptando os formatos radiofônicos para a televisão. Quando surge sua primeira concorrente, essas dificuldades iniciais já estão vencidas, mas a Piratini sofre o revés por seu pioneirismo – com tecnologia mais avançada, o videoteipe, a TV Gaúcha absorve seus principais profissionais, agora já formados para a linguagem televisiva.

No campo do jornalismo, a emissora apresentou aos gaúchos o Repórter Esso (embora o programa já fosse sucesso no rádio), na voz e imagem de Helmar Hugo. Com sérias restrições orçamentárias e técnicas, sua produção era essencialmente dentro do estúdio da emissora. Parte importante, e cada vez maior, da programação era destinada aos enlatados vindos do Rio de Janeiro e de São Paulo.

A crise dos Associados e o novo contexto

das telecomunicações no Brasil a partir de 1964, quando os militares passam a investir pesado na área e a Globo já é beneficiada pelo acordo internacional com o grupo norte-americano Time/Life, reconfiguram o mercado televisivo no Brasil, e também no Rio Grande do Sul. A TV Gaúcha, parceira da Globo, oficializa o acordo em 1971. A Piratini, que reinava sozinha nos primórdios da televisão no Estado, já não tem força para brigar com a concorrente pela liderança, e tenta chegar ao segundo lugar, na briga com TV Difusora, lançada em 1969, mas não obtém sucesso.

Quando surge mais uma emissora no mercado, a TV Guaíba, do grupo Caldas Júnior, a Piratini já está prestes a ser cassada, o que acaba ocorrendo no ano de 1980. Com o fechamento da Piratini, encerra-se o primeiro capítulo da história da televisão no Rio Grande do Sul.

## Referências bibliográficas

BRIGGS, A.; BURKE, P. *Uma história social da mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BRITTOS, Valério Cruz. *A televisão no Brasil hoje: A multiplicidade da oferta*. Trabalho apresentado no CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 21, Recife, set. 1998.

—. *Atrás da tela da televisão*. Artigo publicado no Caderno Cultura, do jornal Zero Hora. Porto Alegre: 16 de maio de 2009.

CALDAS, Breno. *Meio século de Correio do Povo*. Porto Alegre: L&PM, 1987.

- CRUZ, Renato. *TV digital no Brasil: Tecnologia versus política*. São Paulo: Senac, 2008.
- KILPP, Suzana. *Apontamentos para uma história da televisão no Rio Grande do Sul*. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- MATTOS, Sérgio. *História da televisão brasileira*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- . *Um perfil da TV brasileira*. Salvador: Abap, 1990.
- . *A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)*. Salvador: Ianamá, 2000.
- MELO, José Marques de. *Televisão brasileira: 60 anos de ousadia, astúcia, reinvenção*. São Bernardo: UMESP, 2010.
- MORAIS, Fernando. *Chatô: O rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- REIMÃO, Sandra (org.). *Televisão na América Latina*. São Bernardo do Campo: UMESP, 2000.
- REIS, Sérgio. *Making of – Histórias bem-humoradas dos primeiros anos do rádio e da TV*. Porto Alegre: Artes & Ofícios, 1995.
- RÜDIGER, Francisco. *Tendências do jornalismo*. Porto Alegre: UFRGS, 1998.
- SANTOS, Carla. *Salimen – Uma história escrita em cores*. Porto Alegre: AGE, 2009.
- SARTORI, Carlo. *O olho universal*. In GIOVANNINI, Giovanni. *Evolução na comunicação*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.
- SIMÕES, Inimá. *TV à Chateaubriand*. In COSTA, A.; SIMÕES, I.; e KEHL, M. R. *Um país no ar*. São Paulo: Brasiliense, 1986.