

# A Televisão no Espírito Santo – Trajetória histórica e conexões socioeconômicas e políticas do modelo

José Antonio MARTINUZZO<sup>1</sup>

**Resumo:** O artigo reúne informações sobre a história da televisão aberta no Estado do Espírito Santo, dos primórdios, na década de 1960, à atualidade. A emissão televisiva chegou às terras capixabas com um *delay* de 12 anos com relação à inauguração da TV no País, ocorrida em 1950, e vem marcando uma trajetória de íntima conexão com as estruturas de poder político-econômico. A TV comercial no Estado desempenha quase fielmente o papel de retransmissora das emissoras nacionais, sediadas em São Paulo e no Rio de Janeiro, com limitada produção local. Reverbera o padrão nacional de concentração e vinculação a grupos historicamente hegemônicos.

**Palavras-chave:** Televisão; História; Espírito Santo.

**Resumen:** El documento presenta información sobre la historia de la televisión comercial en el estado del Espírito Santo, de los comienzos, en la década de 1960, hasta el presente. La transmisión llegó a la tierra capixaba con un retraso de 12 años con respecto a la inauguración de la televisión en el país, en 1950, y está marcando un camino de íntima conexión con las estructuras de poder político y económico. La televisión comercial capixaba es repetidora de cadenas nacionales, con sede en São Paulo y Río de Janeiro, con la producción local limitada. Reverbera la norma nacional de concentración e vinculación a los grupos históricamente hegemónicos.

<sup>1</sup> Professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo. Doutor em Comunicação pela UFF. Mestre em Comunicação, Imagem e Informação (UFF). Coordenador e pesquisador do grupo Sociedade Midiatizada e Práticas Comunicacionais Contemporâneas (UFES). martinuzzo@ufes.br, martinuzzo@hotmail.com

**Palabras clave:** Televisión, Historia, Espírito Santo.

## Introdução

A televisão chegou atrasada às terras do Espírito Santo. E isso depois de aportar em terras brasileiras com retardo bastante efetivo com relação aos centros desenvolvidos do mundo daqueles meados do século XX que assistiram ao nascimento da TV.

Chegada *TV Tupi* nas terras tupiniquins em 18 de setembro de 1950, pelas mãos de empresário Assis Chateaubriand, dono dos *Diários Associados*, um gigantesco grupo midiático do século XX no Brasil, o negócio televisivo se desenvolveu sem parar.

Cresceu em linha sempre ascendente, partindo da necessidade de se importar algumas dezenas de aparelhos para garantir audiência nos primórdios da *Tupi*, passando pela criação de redes nacionais, ainda nos anos 1950, chegando à presença obrigatória na quase totalidade dos lares brasileiros<sup>2</sup>, com um negócio que abocanha a maior fatia publicitária no País<sup>3</sup>.

As redes nacionais de TV, que passariam a contar com a Globo nos anos 60, e o SBT e Bandeirantes nos anos seguintes, estiveram na origem do negócio de televisão no Espírito Santo. Periféricamente antenada a

<sup>2</sup> Segundo dados da Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2008, no Brasil, 95,1% da população tinha equipamento de TV nos domicílios. O Estado do Espírito Santo apresentava índice superior, com a presença de aparelhos de televisão em 97% das residências particulares permanentes. Cf. [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acesso 23 mar 2012.

<sup>3</sup> Em 2011, o mercado publicitário brasileiro movimentou R\$ 39,03 bilhões, um crescimento de 8,5% em relação ao resultado de 2010. Os dados foram divulgados, em 03 de março de 2012, pelo grupo Meio & Mensagem (M&M) e a consultoria PricewaterhouseCoopers. O setor cresceu mais que o PIB do ano passado, que ficou em 3%. A expectativa é que o mercado publicitário cresça 9% neste ano. Os investimentos em mídia somaram R\$ 31,6 bilhões no ano passado, sendo o restante consumido com produção comercial. A televisão aberta ampliou em 9,2% sua receita publicitária e se manteve em 2011 como o meio de comunicação que mais recebeu recursos de anunciantes no Brasil. Ao todo, as emissoras levaram 63,3% do bolo publicitário. O jornal foi o segmento com a segunda maior participação, 11,8% do total. O maior crescimento nos investimentos publicitários entre os meios foi na internet. A verba publicitária nos veículos *on-line* subiu 19,6% em 2011 e elevou a participação de mercado do segmento para 5,1% do total. Cf. <https://conteudoclipingmp.planejamento.gov.br/cadastros/noticias/2012/3/5/mercado-publicitario-brasileiro-cresce-8-5>. Acesso 23 mar 2012.

cadeias nacionais, o empreendimento televisivo fez as primeiras emissões nas terras capixabas em 1962.

Mas antes de chegar a esse tópico central, é preciso mapear as terras capixabas e perceber que atraso parece ser uma marca de seu processo de desenvolvimento, ainda que, ou exatamente por isso, esteja localizado no Sudeste, vizinho dos maiores centros do País.

Após a demarcação da trajetória da TV no Espírito Santo, procede-se a uma análise dessa caminhada a partir de conceitos como “hegemonia” e “sociedade civil”, no âmbito da “sociedade midiaticizada”.

### *Delay capixaba*

Apesar de enclavado estrategicamente no litoral brasileiro, na Região Sudeste, o Estado do Espírito Santo tem uma trajetória pontuada pelo desenvolvimento tardio em vários aspectos importantes da história nacional, como na área das comunicações/impressão.

Estabelecido Capitania em 1535, o Espírito Santo experimentou, durante o período colonial/imperial, um tempo de desterro. Barreira verde para proteção das Minas Gerais, de 23 de maio de 1535 até meados do século XIX, o Estado foi, por séculos, basicamente terra ignorada.

Varnhagen, citado por Bueno (1999), escreveu em 1854 que, “apesar de tão boas terras, com um porto excelente e rios navegáveis, a Capitania ainda permanecia sem desenvolver-se, e reduzida a uma população que não medra e a um solo cujas matas-virgens estão quase todas sem romper-se”. Até 1880, anuncia Schayder (2002), “não havia ocorrido a efetiva interiorização da colonização do Espírito Santo”. A ocupação “arranhava o litoral”.

A República, antecedida, entre outros fatos, pelo fim da escravidão e pelo estabelecimento da política de ocupação por mão de obra imigrante, trouxe uma nova conjuntura ao Estado, iniciando-se uma nova era da história espírito-santense.

Apesar de o regime republicano ter-se instalado sem mobilização popular e estar devotado aos interesses da elite – o outro nome da República Velha (1889/1930) pode ser República dos Coronéis –, mudanças existiram. Por exemplo, pela primeira vez, depois de séculos, o Espírito Santo seria governado por um capixaba.

Na nascente República brasileira, com projetos de “liberdade, igualdade e fraternidade”, além de “ordem

e progresso”, o Estado pôde avançar pouco. Realizações um pouco mais relevantes se registram apenas nas primeiras décadas do século XX, principalmente após 1908, com a convergência de interesses das elites político-econômicas locais.

Durante a República Velha, os esforços se deram em torno do adensamento populacional do interior; da oferta de infra-estrutura para escoamento da produção; da modernização da economia, com instalação de indústrias; e da urbanização da capital, no intuito de torná-la efetivamente o centro político-administrativo do Estado.

Dos anos 30 até a década de 60, o Estado viveu dias de alternância entre privilégio à agricultura e à industrialização, com essa polarização explicitada nas disputas políticas entre grupos ligados às elites de origem agrária e às de lastro urbano.

Por determinantes nacionais e internacionais, nos anos 1960, o Estado experimentou uma mudança no eixo da economia. Promoveu-se a erradicação dos cafezais – 180 milhões de pés foram sacrificados, ou 54% do total plantado. É nessa década que a TV faz a primeira aproximação com o Estado.

Os governadores biônicos foram os responsáveis pela chamada “Grande Virada”, em que de uma economia predominantemente agrícola, passamos a uma essencialmente industrial e urbana”, afirma Schayder (p. 116).

Os grandes projetos industriais, localizados essencialmente na Grande Vitória, transformaram o perfil socioeconômico do Estado. Com incentivos fiscais, os investimentos privados foram potencializados, levando à modernização da indústria e à movimentação do setor de prestação de serviços e comércio.

A industrialização trouxe grandes complexos de infra-estrutura, especialmente portos, e uma capacidade logística que são hoje fatores decisivos para qualquer estratégia de comércio exterior do Brasil. A industrialização do Espírito Santo foi tardia, mas chegou com o foco estratégico para o momento histórico mundial da globalização: o comércio exterior em bases competitivas.

Esse movimento econômico disseminou uma nova cultura de planejamento e organização produtiva e comercial que acabou alcançando a agricultura, que, mais adiante, experimentou um grande processo de modernização e diversificação.

A vocação para o comércio, com o fortalecimento do Espírito Santo pelo investimento em infraestrutura e atividades comerciais acabou por estabelecer-se na segunda metade do século XX, dando ao Estado capixaba *know-how* e logística nacionalmente privilegiados com relação à economia mundializada.

A caminhada no século XX deu ao Espírito Santo personalidade econômica, posição de destaque nas relações comerciais nacionais com o mundo, seja no comércio exterior, seja na produção de commodities que fazem girar a indústria mundial, seja na logística disponível.

Mas, apesar dos avanços econômicos ao longo do século e da retomada democrática na década de 80, o final dos anos de 1900 e o início do novo milênio foram marcados pelo descontrole político-administrativo, sombreamento da máquina governativa pela assunção do crime organizado e da corrupção endêmica, com importantes reflexos socioeconômicos.

A partir de 2003, numa coalizão entre forças políticas progressistas e movimentos da sociedade civil organizada, o Estado inicia um processo de reconstrução da máquina governativa no âmbito dos Três Poderes.

Com a retomada da estabilidade político-administrativa, registra-se o início de uma nova fase de desenvolvimento socioeconômico, com a volta de investimentos públicos e ampliação dos negócios privados, principalmente aqueles vinculados à exportação de commodities metálicas e alimentícias e à exploração de petróleo e gás, incluindo o pré-sal. (VESCOVI, BONELLI, 2010).

#### Comunicação na história espírito-santense<sup>4</sup>

A inserção tardia do Espírito Santo nos processos de desenvolvimento socioeconômico e político nacionais coloca-se também na questão comunicacional. O Brasil já contabiliza mais de dois séculos de imprensa, tendo como marco inaugural das comunicações o ano de 1808, com a chegada da família real portuguesa ao País.

Mas o Estado do Espírito Santo ainda está longe de chegar à marca dos 200 anos. Nas terras capixabas, só

4 Informações sobre a trajetória da comunicação no Espírito Santo, incluindo a história da televisão, apuradas no âmbito do Projeto de Extensão Comunicação Capixaba (CoCa), desenvolvido na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), e condensadas em sete livros, com edições coordenadas e organizadas por este autor.

se teve notícia do primeiro jornal em 1840, com *O Estafeta*, que ainda por cima só publicou um único número. Alguma regularidade só mesmo em 1849, com *O Correio da Vitória*.

Com 32 anos de atraso na cronologia dos periódicos pioneiros em todo o País, o Estado só fica na frente de Amazonas e Paraná, que se tornaram províncias do Império somente em 1850 e 1853, respectivamente (GONTIJO, 2004).

Como assinalado, esse é mais um capítulo da história capixaba a comprovar que o Estado experimenta uma coleção de “atrasos” com relação a vários aspectos do desenvolvimento nacional.

Atualmente, não é muito diferente, pelo menos em algumas áreas do campo da comunicação. Quando uma outra revolução, a TV digital, tiver celebrações Brasil a fora, o Estado terá um de novo déficit de velinhas em comparação com os demais Estados, pelo menos com os seus vizinhos do Sudeste.

Apesar de o Brasil ter inaugurado as transmissões digitais em 2007, os primeiros sinais constituídos pela combinação de “zeros” e “uns” circularam no Estado somente em 2009. Menos mal, um atraso de quase dois anos, se comparado com as três décadas de espera pelas primeiras impressões capixabas.

Mas até chegar à digitalização, o Estado percorre quase dois séculos de uma peculiar história do negócio da comunicação, incluindo a TV, objeto deste artigo. A expansão dos jornais deu-se principalmente com a sua vinculação à causa republicana, no final do século XIX.

As batalhas pelo protagonismo político vão marcar a ampliação dos impressos ao longo de toda a primeira metade do século XX. Depois de um período de investimentos em profissionalização da produção, a partir dos anos 70 e 80, os impressos diários de relevância se restringiram a dois títulos atualmente: *A Gazeta* e *A Tribuna*.

O rádio começa as emissões nos anos 30, por mãos estatais, e atravessa um século XX de concessões entre políticos e seus sócios, empresários e igrejas – trajetória que não se modificou neste novo milênio.

Cumprindo um calendário de atrasamentos recorrentes em vários aspectos importantes na história capixaba, o negócio da televisão chega ao Espírito Santo nos anos 1960, uma década depois de ter-se instalado no Brasil.

## A TV nas terras capixabas

Por vias indiretas, e com 12 anos de atraso, a televisão chegou ao Estado do Espírito Santo pelas mesmas mãos do pioneiro do negócio televisivo no Brasil, Assis Chateaubriand.

A inaugural *TV Vitória* se implantaria como retransmissora da *TV Tupi* e capitaneada pelo então deputado federal capixaba João Calmon, ex-repórter dos *Diários e Emissoras Associados* e figura próxima a Chateaubriand.

Como visto anteriormente, o Espírito Santo vivia um contexto de mudança econômica, iniciando a sua transição de um paradigma produtivo agrário para um modelo fabril-exportador, num cenário em que as disputas políticas se davam em torno de projetos ruralistas e desenvolvimentistas, com pitadas de batalhas populistas, envolvendo jornais e emissoras de rádio. A televisão capixaba surge nesse contexto de transformação socioeconômica e política, como ingrediente de disputa por poder.

Os anseios políticos de João Calmon dialogavam com a vontade expansionista de Chateaubriand, tendo-se criado a conjunção necessária à estréia da TV no Espírito Santo. Sem a totalidade de fundos necessários ao empreendimento, Calmon lança mão da estratégia de vender de ações do futuro negócio. Apesar de arriscado pela incipiência do ramo no Brasil, a empreitada mobilizou o empresariado.

Com o suporte de técnicos da *TV Tupi*, a *TV Vitória* foi inaugurada em 1962, com sinal de péssima qualidade retransmitido pelo canal 4. A programação local era baseada no improviso e modelada pelo amadorismo, apesar do destemor e do empenho dos desbravadores da TV no Estado, registre-se.

A maioria da aparelhagem utilizada pela emissora capixaba era material reciclado da matriz. As dificuldades impostas pela escassez ou inexistência de aparelhos, registradas havia mais de uma década com o início de toda essa história em São Paulo, se repetiria no Estado capixaba. A solução também seria um replay da alternativa pioneira: abrir uma loja de venda de aparelhos de TV e instalar monitores em logradouros públicos.

Antes de se entrar para o relato detalhado da trajetória das principais emissoras abertas, um outro fato dos primórdios da TV no Espírito Santo merece

destaque, até por ser ligado a outro ícone da história da TV no Brasil, a Rede Globo.

Com a precariedade, a limitação de alcance e o amadorismo da *TV Vitória*, além do crescente prestígio dessa mídia, cuja ampliação era prioridade dos militares, instalados no poder em 1964 por um golpe de Estado, não tardaria para a primeira emissora capixaba ser confrontada pela concorrência – ou quase isso.

Tal fato ocorreu em 1966, mas também de forma amadora. Políticos e empresários locais se cotizaram para instalar no Espírito Santo uma retransmissora da *TV Globo*. Assim, entrou no ar a *TV Clube Intermunicipal*, na verdade, apenas uma antena, instalada no Morro do Moreno, em Vila Velha, município limítrofe à capital capixaba, Vitória. Não havia concessão, estúdios ou programação local, apenas retransmissão de sinal.

A experiência da estação repetidora, cujo empreendimento faliu por falta de dinheiro, apesar das rifas e doações públicas feitas para arrecadação de fundos, acabou servindo de laboratório para a instalação definitiva, 10 anos depois, da afiliada oficial da Rede Globo no Estado, a *TV Gazeta*.

Essa emissora está no centro do maior grupo de comunicação do Espírito Santo, de propriedade da família Monteiro Lindenberg, integrante da elite de poder capixaba desde o final do século XIX, cujos membros ocuparam por diversas vezes a chefia do Executivo estadual e cadeiras no Legislativo capixaba e federal.

Ressalta-se também, antes de se prosseguir, o surgimento da *TV Educativa do Espírito Santo* nos anos 1970. Em projeto desde 1969, a *TVE* só saiu do papel em 1974, com retransmissão da programação da educativa de São Paulo.

A *TV Educativa* foi a primeira em transmissão em cores no Estado, assim como deu início ao investimento sistemático em produção local. Atualmente, mantém programação própria adicionada de conteúdo “importado” de outras emissoras educativas. Feitos os registros dos princípios, a seguir, a trajetória das principais emissoras de TV aberta no Estado.

## TV Vitória

Inaugurada em 8 de setembro de 1962, no âmbito de um projeto político local e fazendo parte da estra-

tégia expansionista de Chateaubriand, a *TV Vitória* teve um início de improvisações, com o mérito inegável de promover a abertura de um mercado de televisão no Estado (audiência, produção, programação, etc.). Amadorismo e perseverança eram palavras-chave.

De início, a *TV Vitória* era repetidora da *Tupi*, com exibições de novelas e filmes, com emissões ocorrendo das 17h às 22h, em média. Uma vez estabelecida, a emissora passou a investir em programação local, uma tradição até hoje. Havia programa infantil, um dos primeiros na TV brasileira, além de atrações de calouros, de entrevistas e de cunho jornalístico (cotidiano e policial).

Com a suspensão da concessão da *TV Tupi* pelo Governo Federal em julho de 1980, a *TV Vitória* passou a retransmitir a *TVS*, hoje *Sistema Brasileiro de Televisão (SBT)*. Em 1984, ela foi comprada pelos atuais controladores, a tradicional família Buaiç, com antigos negócios nos ramos alimentício e imobiliário/shoppings. Naquele ano, a emissora pioneira no Estado passou a retransmitir a *TV Manchete*, da família Bloch.

Em função da instabilidade financeira e administrativa da *TV Manchete*, em outubro de 1998 a *TV Vitória* tornou-se afiliada da *Rede Record*. Em todos esses anos, a emissora mantém a característica de ser um canal com os maiores índices de programação local em comparação com as outras retransmissoras capixabas.

O amadorismo que marcou a implantação da emissora perseguiu a *TV Vitória* em pelo menos mais um aspecto-chave: a estação televisiva funcionou “clandestinamente” por quase 20 anos. A situação só foi regularizada junto ao Ministério das Comunicações em 1979.

## TV Gazeta

A programação da Rede Globo de Televisão chegou ao Espírito Santo bem antes de sua afiliada se instalar nas terras capixabas. Como já descrito, em 1966, um grupo de políticos e empresários criou a *TV Clube Intermunicipal*, o embrião da criação da *TV Gazeta*, 10 anos depois, em 1976.

As décadas de 60 e 70 são marcadas por mudanças no eixo político-econômico capixaba e nacional. De tradição agrária (num Estado que iniciava a sua migração para a produção fabril-exportadora) e vinculada a atividades políticas (num tempo de ditadura), a família Mon-

teiro Lindenberg passa a investir para fazer travessias nos campos de poder.

Com o crescimento da audiência da TV, principalmente em torno da *Globo*, incluído no projeto nacional de constituição de sistema de comunicação de massa no Brasil, a família Monteiro Lindenberg vê na TV um lugar de investimento e atuação, reforçando sua presença no negócio midiático, uma vez que o clã já possuía o jornal *A Gazeta* desde os anos 1940, adquirido no contexto de querelas político-partidárias.

A partir de negociações, disputas e conversas que remontam aos anos iniciais da década de 1970, a família Monteiro Lindenberg conseguiu o contrato de retransmissão da *Globo* e a concessão de um canal, inaugurando a *TV Gazeta* em 11 de setembro de 1976.

Em seus primórdios, a *TV Gazeta* contratou em outros Estados da Federação profissionais experientes na área. Também promoveu treinamentos de jornalistas e técnicos com a equipe da *TV Globo*, no Rio de Janeiro. Registre-se que o curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), com habilitação em Jornalismo e Publicidade, foi criado apenas em 1975.

Em função da rigidez da grade de programação da *Rede Globo*, a programação local da *TV Gazeta* nunca foi seu carro-chefe. Somente nos últimos anos, abre-se mais espaço às produções jornalísticas locais (telejornais e assuntos ligados a comunidade, esporte e entretenimento), mas ainda em percentual menor se comparado com o número de atrações e o tempo a elas dedicado pelas concorrentes.

A *TV Gazeta* acabou se tornando apenas mais um negócio da *Rede Gazeta*, que obteve concessões em todas as regiões capixabas (*TV Gazeta Sul*, com sede em Cachoeiro de Itapemirim; *TV Norte*, em Linhares; e *TV Gazeta Noroeste*, em Colatina), sempre como retransmissora da *Globo*. Tais canais mantêm programação local restrita, reproduzindo conteúdo da *Globo* e da *TV Gazeta* de Vitória. A empresa tem ainda um canal na internet, o *GTV*.

Atualmente, a família controla a maior rede de comunicação do Estado, com 20 negócios, sendo dois jornais, oito rádios, quatro emissoras de TV aberta afiliadas à Rede Globo, quatro portais na internet, uma empresa de marketing promocional e uma empresa em soluções para internet. Apesar de ter origem no impresso,

toda essa engrenagem só tomou fôlego com a inserção da família Monteiro Lindenberg no nicho televisivo.

## TV Tribuna

Assim como a *TV Gazeta*, cujo início foi lastreado pelas atividades de um jornal, a *TV Tribuna* também foi precedida pelo impresso. Com a propriedade do jornal *A Tribuna*, fundado nos anos 1930 e comprado pelos atuais controladores nos anos 1970, o Grupo Industrial João Santos foi em busca de ampliar seus tentáculos de poder em terras capixabas, alcançando no ramo da comunicação, televisão incluída.

Vindo de Pernambuco, João Santos Filho chegou ao Estado para administrar uma fábrica de cimento instalada em Cachoeiro de Itapemirim. O empresário transformou uma unidade falida numa referência de produção e comercialização do produto (Nassau).

Empreendedor, ainda na década de 70, Santos Filho comprou uma estação de rádio, a *Tribuna FM Cachoeiro*, o primeiro veículo de comunicação do grupo em todo o Brasil. Com esse movimento no Espírito Santo, a família entrou de vez no ramo da comunicação.

Mas o empreendedorismo não foi o único fator de que levou Santos Filho ao mundo da mídia. O empresário mantinha ambições políticas, incluindo a possibilidade de se tornar governador biônico nomeado pela ditadura.

A compra do jornal *A Tribuna*, em 1973, foi efetivada com vistas ao projeto político do empresário. Nos anos seguintes, o grupo obteve mais duas concessões de rádio (*Tribuna AM e FM*), ambas com sede em Vitória.

Depois de passar a década de 70 em busca da concessão de um canal de TV e tendo disputado inclusive o contrato para retransmitir a Rede Globo, João Santos Filho obteve a autorização para instalar sua emissora em 1980.

A morte do empresário, em 1981, atrapalhou os planos do grupo. Os empreendimentos passaram a ser controlados pela superintendência do Grupo Nassau do Sudeste, localizada em São Paulo. Mas, além do falecimento do empresário, outros empecilhos surgiriam no caminho da futura *TV Tribuna*.

Inicialmente o grupo perdeu a batalha pela retransmissão da Globo. A “bola da vez”, àquela época, era a extinta *Rede Manchete*, mas, mais uma vez, a empresa

saiu prejudicada. A *TV Vitória*, comandada pelo Grupo Buaiç, tornou-se a opção da família Bloch no Estado. Das redes nacionais de então, restou o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) para a retransmissora dos empresários do cimento.

A equipe inicial da *TV Tribuna*, inaugurada em 29 de março de 1985, foi composta, em sua maioria, por profissionais oriundos do jornal *A Tribuna*. A instalação da TV foi possibilitada pelo encerramento temporário das atividades do periódico, em função de uma greve geral deflagrada em 1984.

Com suspensão das atividades, o grupo construiu, onde estava instalado o jornal, uma nova sede para o seu negócio midiático e aproveitou parte da equipe de jornalistas do impresso para compor o staff da TV.

Era um grupo sem experiência em televisão e que buscou se especializar fora do Estado. O treinamento para colocar a emissora no ar durou menos de um ano, de agosto de 1984 a março de 1985.

A emissora iniciou as transmissões com uma programação popular, baseada no jornalismo de serviço e policial, além de entretenimento. O maior destaque do conteúdo local na atualidade é o telejornalismo, capaz de ombrear com os programas do mesmo gênero da líder de audiência, *TV Gazeta*.

A emissora, que já foi controlada pela sede de negócios do Grupo Nassau em São Paulo, atualmente, está vinculada à unidade empresarial do Recife (PE), formando uma rede com duas emissoras de FM, uma AM, e o jornal de maior circulação no Estado, *A Tribuna*.

## TV Capixaba

Depois de dois anos de obtenção da concessão, momento em que ainda não havia sede nem equipamentos, muito menos equipe para se instalar uma emissora televisiva, a *TV Capixaba* entrou no ar. Era 10 de outubro de 1989.

O empreendimento surgiu a partir de uma parceria entre políticos e empresários capixabas. De início, a emissora, pela qualidade de seus equipamentos, também funcionava como uma produtora de comerciais de publicidade.

Retransmissora da *Rede Bandeirantes*, a *TV Capixaba* segue priorizando a mesma linha da geradora de sinal: jornalismo e esporte. Também marcou a história

da emissora o investimento em jornalismo policial, com o programa Na Mira do Repórter.

Atualmente, além do espaço para o esporte e as notícias capixabas, elaborados sob sua responsabilidade, a emissora vende horários para produções independentes de cunho religioso e de entretenimento.

A *TV Capixaba* é controlada pelo Grupo Sá Cavalcanti, do ramo imobiliário, incluindo construção e administração de shopping centers Brasil afora.

## RedeTV ES!

A novata entre as emissoras de TV aberta do Estado é a *RedeTV ES!*, com retransmissão da *Rede TV!*, sediada em São Paulo, desde de 2007. A reduzida e amadorística programação local é dividida entre programas de entretenimento e jornalismo, incluindo os de produção terceirizada. A emissora é controlada por empresários e integrantes da classe política capixaba.

## A lógica da TV

A vinculação das emissoras de televisão abertas do Estado do Espírito Santo a grupos empresariais e a personagens da tradição política insere-se na cena nacional contemporânea – não compõe uma exceção.

Conforma descreve Lima (2006, p. 119), “o vínculo com as elites políticas locais e regionais tem sido identificado como uma das mais importantes características da mídia no Brasil”.

Esse “novo coronelismo”, envolvendo políticos, grupos religiosos e empresários, impõe dificuldades à oxigenação e à pluralidade televisiva no País. E, na medida em que as comunicações se colocam como um dos dinamos da vida atual, essa realidade acaba contribuindo para a manutenção do *status quo* socioeconômico e cultural no Brasil.

Registre-se que as mídias, inclusive os veículos de comunicação de massa, especialmente a televisão, são instrumentos privados de hegemonia. São ferramentas fundamentais para a conquista e a manutenção de qualquer projeto hegemônico de vida coletiva, envolvendo as disputas colocadas no âmbito da sociedade civil, inclusive aquelas destinadas à ocupação da liderança na sociedade política.

Gramsci (1989, 1991 e 1995), com a Teoria Marxista Ampliada do Estado, afirma que o Estado compõe-se das sociedades civil e política, sendo um lugar de conflito entre grupos sociais com distintas origens de classe.

A sociedade civil é a esfera privada ou de relações econômicas, de elaboração e/ou difusão de ideologias e valores simbólicos, incorporando escolas, partidos políticos, meios de comunicação, associações, sindicatos, empresas etc. A sociedade política diz respeito às instituições relacionadas ao aparelho burocrático-governamental, ao governo jurídico, às estruturas coercitivas.

As sociedades civil e política se imbricam, sendo que a hegemonia obtida no âmbito da sociedade civil é imprescindível à conquista, pelo grupo dominante ou hegemônico, do poder administrativo e militar/coercitivo da sociedade política.

Nesse sentido, hegemonia é a capacidade de dominação/mobilização por meio da difusão de valores e projetos de natureza coletiva, alcançada por meio da liderança cultural, no amplo sentido do termo, para além da dominação por meio da violência. Conforme descreve Moraes (2008, p. 17), trata-se de “liderança ideológica e cultural de uma classe sobre as outras”.

Ocorre que a liderança ideológico-cultural, para a constituição ou influência em relação a um *ethos* coletivo, baseado em crenças, valores, regras e projetos compartilhados, não se obtém sem lutas, muito menos se mantém perenemente, sendo resultado de um processo dinâmico de disputas e de manutenção laboriosa.

Numa realidade de mediação das relações sociais, é de se considerar por demais estratégico a qualquer projeto de atuação hegemônica a aproximação com o universo das mídias. As estratégias de comunicação no processo de liderança cultural, ou de produção e manutenção de hegemonias no âmbito da sociedade civil, são decisivas a quaisquer grupos e movimentos envolvidos em disputas, quaisquer que sejam as batalhas.

A centralidade da comunicação na contemporaneidade se explica pelo fato de que a sociabilidade atual tem uma marca peculiar: a forte presença das mídias<sup>5</sup> no processo de relações socioeconômicas e político-cultu-

5 Entende-se aqui mídia – etimologicamente, do inglês *media*, absorvido do latim, que é plural de *medium*, meio – na perspectiva de Sodré (2002, p. 20), não apenas como um dispositivo técnico. “*Medium* é o fluxo comunicacional, acoplado a um dispositivo técnico (à base de tinta e papel, espectro herzteziano, cabo, computação, etc.) e socialmente produzido”.

rais, seja por meio do consumo dos conteúdos dos meios de comunicação de massa, seja por intermédio do uso de tecnologias de comunicação e informação em mídias alternativas. Vive-se hoje o que Muniz Sodré caracteriza como “sociedade midiaticizada”.

Sodré (1996, p. 27) registra que “na sociedade midiaticizada, as instituições, as práticas sociais e culturais articulam-se diretamente com os meios de comunicação, de tal maneira que a mídia se torna progressivamente o lugar por excelência da produção social de sentido, modificando a ontologia tradicional dos fatos sociais”.

Está-se mergulhado naquilo que Castells denominou de “cultura da virtualidade real”. Cultura engendrada por um sistema de comunicação “em que a própria realidade (a experiência simbólica/material das pessoas) é inteiramente captada, totalmente imersa em uma composição de imagens virtuais no mundo do faz-de-conta, no qual as aparências não apenas se encontram na tela comunicadora da experiência, mas se transformam na experiência” (p. 395).

De acordo com Sodré (2002), a imbricação sociedade x mídias viabiliza a instituição de um *ethos* (costume, hábito, regra, espaço de realização da ação humana) midiaticizado na contemporaneidade. A sociedade atual “rege-se pela midiaticização, pela tendência à ‘virtualização’ ou telerrealização das relações humanas” (p. 21).

Essa modalidade de experiência de vida, articulada a partir de interfaces comunicacionais, tem conseqüências importantes para formas e processos sociopolíticos. Primeiramente, porque, nesse espaço de sociabilidade, os negócios, os meios e as idéias estão majoritária e indelevelmente, apesar de nem sempre explicitamente, articulados em torno dos interesses historicamente hegemônicos, como bem mostra o quadro da TV no Espírito Santo.

Também porque, com a impossibilidade de se enxergar uma dicotomia entre os processos sociais realizados no âmbito da superestrutura midiaticizada e as relações estabelecidas no universo presencial/sensível, verifica-se a ocorrência de uma prática política oriunda da relação dinâmica e interdependente entre o “mundo das coisas” e o “mundo da comunicação”.

De acordo com Castells (2003, p.132), a ação política engendrada no espaço midiaticizado não anula a abordagem política efetivada nos fóruns tradicionais, mediante negociação, força ou uso potencial da força,

mas pode lhe oferecer contraposições e contraditos. Na era da informação, afirma o autor, a política dos espaços e mediações sensíveis se mantém, mas permanece circunscrita ao Estado, “numa era organizada em torno de redes, inclusive redes de Estados”.

A ação e a interferência no que Castells denomina de “sistema de comunicação e representação em que as categorias são formadas e os modelos de comportamento, constituídos” são determinantes para qualquer projeto político. “Num mundo caracterizado por interdependência global e moldado pela informação e pela comunicação, a capacidade de atuar sobre fluxos de informação, e sobre mensagens da mídia, torna-se uma ferramenta essencial”, indica.

Segundo o autor, pela vivência que propicia e pelo eco de suas ocorrências no mundo de relações presenciais, a ambiência midiaticizada oferece “capacidade real de intervir no processo de representação mental subjacente à opinião pública e ao comportamento político coletivo”.

A superestrutura midiaticizada oferece alguns desafios aos agentes políticos da atualidade. Um dos mais importantes é o de se conectar a esse ambiente, corporificado pelas mídias tradicionais e pela internet, nas escalas massivas e também customizadas.

Enfraquece-se, de maneira considerável, o poder dos emissores tradicionais que se utilizam exclusivamente de costumes comunicativos outros, como religião e autoridade e ideologia política, quando estes não estão integrados ao mundo da mídia.

Não que desapareçam, mas se não se readaptarem ao novo sistema em que o poder se multiplica pela difusão midiática e se exerce pelo uso de sua gramática peculiar, ficarão à margem da “cultura da virtualidade real”, com influência sociocultural e política restrita no âmbito das sociedades civil e política, como reduzidas chances de disputa por hegemonia.

## Considerações finais

O Espírito Santo conta atualmente com 12 emissoras de sinal aberto, sendo a maioria sediada na capital. São retransmissoras ligadas às cinco principais redes nacionais: Globo, SBT, Record, Bandeirantes e RedeTV!.

Apesar da concentração dos negócios na Grande Vitória, a cobertura alcança todo o território estadual.

A trajetória da televisão no Espírito Santo oferece uma boa tradução de um dos marcos da história capixaba. Como tradição desde os tempos da colonização, o *delay* no processo de desenvolvimento é uma constante na cena capixaba, não tendo sido diferente no caso da televisão, que aqui aportou atrasadamente.

Mas, mesmo tendo sido instituído nas terras capixabas com mais de uma década de atraso, o negócio televisivo não perdeu o bonde da história midiática nacional no que diz respeito a uma de suas mais importantes características: o de uma radiodifusão marcada pela concentração e vinculação econômica, além da subsunção a um moderno “coronelismo” midiático, exercido por lideranças políticas e religiosas.

No Espírito Santo, o script de conexão carnal entre concessões de radiodifusão e o mundo do poder hegemônico tradicional (política e economia) segue fielmente os ditames do cenário brasileiro.

Ademais, há de se destacar que a lógica de transmissão em rede nacional acaba sufocando a produção de cor local e regional nas emissoras afiliadas. No Estado, basicamente ocupam-se as brechas, quase sempre delgadas, deixadas como buracos de parca audiência e retorno publicitário ínfimo na grade de programação em rede.

A mudança no paradigma legal que orienta e ordena a radiodifusão enfrenta dificuldades para se efetivar, apesar de iniciativas recentes, como os fóruns e debates pela democratização da comunicação.

Na dependência da política, que, no mais das vezes, se beneficia desse quadro pouco democrático do negócio midiático, a mudança, quando e se ocorrer, será tardia e presumivelmente limitada.

Além da disputa político-ideológica nos fóruns cabíveis, o que pode assinalar alguma mudança nessa trajetória de escasso pluralismo são as transformações e novidades possibilitadas pelas tecnologias digitais da informação e da comunicação (TICs).

As TICs, especialmente a internet, imputam uma renovada dinâmica ao atual sistema circulatório da mídia. Rádio, TV, jornal, entre outros veículos, passam a ser articulados pelas novas tecnologias e, em certa medida, mobilizados pelos conteúdos que fluem pelos canais digitais. A sociabilidade que caminha articulada a essa rede, e inclusive lança mão de mídias próprias, ex-

perimenta formas diferentes de se relacionar e construir referências simbólicas.

Resta anotar, no entanto, que tecnologia sozinha não faz mudança, podendo até mesmo aprofundar os abismos que configuram a realidade atual. Tudo depende de usos e apropriações que se fazem no longo processo de luta pela hegemonia no âmbito da sociedade civil – batalha que passa necessariamente pela arena midiática, ela própria constituída sem o necessário equilíbrio de forças.

Nesse sentido, a mudança desse quadro histórico de vinculação dos meios de comunicação de massa, especialmente no campo da radiodifusão, aos grupos tradicionalmente hegemônicos, como bem mostra o caso capixaba, é questão crucial à constituição de um outro cenário socioeconômico no País e no Espírito Santo. Afinal, conforme avalia Moraes (2008, p. 28):

A interferência cada vez maior das forças renovadoras da sociedade civil na execução de uma firme política de reivindicações e pressões se converte em requisito indispensável para vislumbrarmos modificações na atual correlação de forças. Significa empenhar energias reivindicantes para construir outra hegemonia, fundada na justiça social, nos direitos da cidadania e no pluralismo. Entender a revolução como processo contínuo, cumulativo, árduo e prolongado.

## Referências bibliográficas

- BUENO, Eduardo. *Capitães do Brasil – a saga dos pioneiros*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.
- CASTELLS, Manuel. Inovação, liberdade e poder na era da informação. In: MORAES, Dênis (org.). *Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- \_\_\_\_\_. *A galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- \_\_\_\_\_. *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- \_\_\_\_\_. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Internet y la sociedad red* [online]. Disponível em: [www.etcetera.com.mx/pg48ne07.asp](http://www.etcetera.com.mx/pg48ne07.asp). Acesso 15 jun. 2002.

COUTINHO, Carlos Nelson e TEIXEIRA, Andréa Paula. *Ler Gramsci, Entender a Realidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

Recebido: 29/03/2012

Aprovado: 14/05/2012

GONTIJO, Silvana. *O livro de ouro da comunicação*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

GRAMSCI, Antonio. *Maquiavel, a Política e Estado Moderno*. 8. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1991.

\_\_\_\_\_. *Concepção Dialética da História*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

\_\_\_\_\_. *Os Intelectuais e a Organização da Cultura*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LIMA, Venício A. *Mídia – Crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

MARTNUZZO, José Antonio (Org.). *Roda VT – A TV capixaba em panorâmica*. Vitória: DIO, 2006.

\_\_\_\_\_. *Quase 200 – A imprensa na história capixaba*. Vitória: DIO, 2008.

MORAES, Dênis de. Hegemonia cultural, comunicação e poder: notas sobre a contribuição gramsciana. In: BRITTOS, Valério Cruz (Org.). *Economia Política da Comunicação: estratégias e desafios no capitalismo global*. São Leopoldo (RS): Editora Unisinos, 2008.

SCHAYDER, José Pontes. *História do Espírito Santo: uma abordagem didática atualizada – 1535/2002*. Campinas: Companhia da Escola, 2002.

SODRÉ, Muniz. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis: Vozes, 2006.

\_\_\_\_\_. *Antropológica do Espelho*. Petrópolis: Vozes, 2002.

\_\_\_\_\_. *Reinventando a Cultura*. Petrópolis: Vozes, 1996.

VESCOVI, Ana Paula V. J., BONELLI, Regis (Orgs.). *Espírito Santo: Instituições, desenvolvimento e inclusão social*. Vitória: IJSN, 2010.