



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL

RÔMULO FERREIRA DE AZEVÊDO FILHO

**CAMPINA GRANDE, DESENVOLVIMENTO E TELEVISÃO REGIONAL:
O CASO DA TV BORBOREMA**

CAMPINA GRANDE – PB

2016

RÔMULO FERREIRA DE AZEVÊDO FILHO

**CAMPINA GRANDE, DESENVOLVIMENTO E TELEVISÃO REGIONAL:
O CASO DA TV BORBOREMA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Mestrado em Desenvolvimento Regional da Universidade Estadual da Paraíba, área de concentração Turismo, cultura e desenvolvimento em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Cidoval Morais

CAMPINA GRANDE – PB

2016

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

A994c Azevêdo Filho, Rômulo Ferreira de.
Campina Grande, desenvolvimento e televisão regional
[manuscrito] : O caso da Tv Borborema / Rômulo Ferreira de
Azevêdo Filho. - 2016.
90 p. : il. color.

Digitado.
Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) -
Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais
Aplicadas, 2016.
"Orientação: Prof. Dr. Cidoval Marais de Sousa,
Departamento de Comunicação Social".

1. Desenvolvimento regional. 2. Campina Grande -
Desenvolvimento. 3. Televisão regional. 4. Televisão
Borborema. I. Título. 21. ed. CDD 338.9

RÔMULO FERREIRA DE AZEVÊDO FILHO

**CAMPINA GRANDE, DESENVOLVIMENTO E TELEVISÃO REGIONAL:
O CASO DA TV BORBOREMA**

Aprovada em ____ / ____ / ____

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Mestrado em Desenvolvimento Regional da Universidade Estadual da Paraíba, área de concentração Turismo, cultura e desenvolvimento em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Mestre.

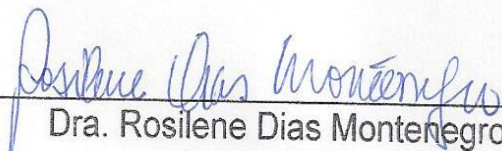
BANCA EXAMINADORA



Dr. Cidoval Moraes de Sousa
Orientador



Dr. José Luciano Albino Barbosa
Examinador



Dra. Rosilene Dias Montenegro
Examinadora

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais (*in memoriam*) José Francisco Filho e Wanda Elizabeth Ferreira de Azevedo, pela força e apoio de sempre.

Dedico também a minha família: Iris (minha mulher), Fábio, Lucas, José Benjamim (meus filhos), Larissa (minha neta), Neo (BJ), Linda e Danda (meus animais de estimação).

Aos meus irmãos Gilvan, Fernando, Romero, Elizabeth e Danuza.

E a minha tia Maria do Amparo Pereira de Azevêdo.

AGRADECIMENTOS

Aos coordenadores do MDR, Prof. Dr. José Luciano Albino Barbosa e Prof^a Dra. Ângela Maria Cavalcanti Ramalho.

A secretaria do MDR na pessoa de Fabrícia Ferreira de Lima.

Ao meu orientador Prof. Dr. Cidoval Morais de Sousa pelas valiosas sugestões e acompanhamento durante a realização desta pesquisa.

Aos professores do Mestrado, pela competência das aulas.

Aos queridos colegas do MDR turma 2014.

Ao amigo Leonardo Alves, pelo incentivo e ajudas fundamentais para a concretização deste trabalho acadêmico.

Aos amigos Fábio Silva (Mob) e Zélio Sales pela cumplicidade na feitura e organização desta tarefa.

Ao professor Dr. Roberto Faustino pelo apoio e incentivo.

A Romero Azevedo (meu irmão gêmeo) pelas dicas importantes durante a realização da pesquisa.

A Glauco Machado pelo talento fotográfico e cinematográfico e pela disponibilidade na realização das tarefas complementares deste trabalho.

Aos pioneiros da rádio, jornal e televisão Borborema pelas preciosas entrevistas concedidas durante a pesquisa: Francisco Maria Filho, Josusmá Coelho Viana, José de Arimatéia Rodrigues, Ubirajara Alves de Barros, Marconi Goés de Albuquerque, ao publicitário pioneiro Antônio Tavares de Oliveira, ao professor José Naughton Rocha e ao empresário José Carlos da Silva Júnior.

A Biblioteca Átilo Almeida da Universidade Estadual da Paraíba pela disponibilização da coleção do *Diário da Borborema* que está arquivada na Biblioteca.

Aos Diários Associados Press S/A pela autorização para reprodução de algumas matérias do *Diário da Borborema* constantes nos anexos deste trabalho.

Ao Departamento de Comunicação Social pela liberação para a realização deste Mestrado.

E a todos aqueles que, de forma direta ou indireta, contribuíram e me ajudaram na realização deste Mestrado.

“Senhor repórter, já que está me entrevistando / vá anotando pra botar no seu jornal/ que o meu Nordeste está mudado/ publique isso pra ficar documentado. Caruaru tem sua universidade, Campina Grande tem até televisão...”

(Trecho da letra do xote “Nordeste pra frente” de Luís Queiroga gravado por Luiz Gonzaga)

RESUMO

Treze anos depois de ser instalada no Brasil, a televisão chega a Campina Grande no início da década de 1960, tornando-se a primeira cidade do interior do Norte/Nordeste a receber o sinal de uma emissora. A instalação da emissora foi iniciada em 1961, entrando no ar três anos depois, em 1963. O presente trabalho tem analisa o contexto do desenvolvimento de Campina Grande-PB com a chegada da Televisão na cidade e qual a relação entre a televisão e o Desenvolvimento Regional. Nossa pesquisa tem uma metodologia qualitativa. Como instrumentos metodológicos fizemos análise documental do acervo do *Diário da Borborema*, que teve sua circulação ininterrupta de 1957 a 2013 e está sob a responsabilidade da Universidade Estadual da Paraíba, para compreendermos o impacto da implantação da emissora de televisão e entrevistas semiestruturadas com jornalistas, memorialistas, pesquisadores e historiadores de Campina Grande que vivenciaram a implantação da TV Borborema ou pesquisaram sobre o tema.

Palavras-chaves: Campina Grande, Desenvolvimento, Televisão regional

ABSTRACT

Thirteen years after its installation in Brazil, television broadcasting arrives in Campina Grande in the beginning of the 60s, making it the first city (not counting capitals) in the North/Northeast region of the country to receive a TV station's signal. The broadcaster installation begun in 1961, going on air two years later, in 1963. The present work analyzes the development context of Campina Grande-PB with the arrival of television in the city and the relationship between television and regional development. Our research has a qualitative methodology. As methodological instruments we did a document analysis of the *Diário da Borborema's* archive, which had uninterrupted circulation between 1957 and 2013 and is now under the State University of Paraíba's care, to understand the impact caused by the introduction of the television station, and semi-structured interviews with journalists, memoirists, researchers and historians from Campina Grande, who experienced the introduction of TV Borborema or researched the theme.

Keywords: Campina Grande, Development, Regional television

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
Capítulo I	14
Cultura e Desenvolvimento	14
1.1 Indústria Cultural e Desenvolvimento	19
1.2 Televisão Regional e Desenvolvimento	23
Capítulo II	27
A Televisão Regional	27
2.1 Campina Grande e o Desenvolvimento	27
2.2 Os Diários e Emissoras Associados e o Desenvolvimento de Campina Grande	34
2.3 As qualificações de Campina Grande	35
2.4 A Televisão no Brasil	38
2.5 A TV Tupi de Chateaubriand	38
2.6 A Televisão no Nordeste	41
Capítulo III	51
3.1 A Televisão Borborema	51
3.2 A Televisão Borborema no ar!	61
3.3 A Cassação da TV Tupi	68
Considerações Finais	70
Referências	74
Anexos.....	79

INTRODUÇÃO

No início das transmissões no Brasil, a televisão se restringia a um público muito pequeno e elitizado. É importante salientar que, quando foi implantada a TV Tupi de São Paulo, primeira emissora da América Latina, 75% da população brasileira vivia no campo e 25% nas cidades. O alto valor do aparelho só permitia que fosse adquirido pelas elites. Entretanto no seu processo de evolução, o artigo de luxo tornou-se capaz de formar opiniões, influenciar as massas, que passaram a ter acesso a novidade tecnológica.

A invenção da televisão resultou em grandes desdobramentos sociais e transformações no modo de pensar, agir e comunicar. Esse mecanismo acabou por influenciar culturas e relações sociais. Seu papel na economia capitalista ganha notoriedade pelo fato do veículo deixar de ser apenas um propagador de informações e assumir o papel de estimular o desejo e o consumo por meio da publicidade.

A respeito do fenômeno da mercantilização da cultura, Marx criticava a alienação mental que sofria a massa e a burguesia diante do fenômeno que denominou de “fetichismo da mercadoria¹”. A televisão desde a sua instalação no Brasil tornou-se a principal incentivadora do consumo na sociedade.

Embora este fenômeno de incentivo ao consumo seja muito mais facilmente perceptível nos últimos anos, desde a instalação de televisão é um processo econômico, político e técnico. O primeiro passo é a análise da viabilidade econômica da emissora, a qual é verificada por projeções de captação de investimentos por parte dos agentes econômicos regionais. O segundo passa pela percepção da sua capacidade de inserir-se na comunidade regional como um intermediário entre a sociedade e as autoridades.

O potencial de produção e consumo de determinada região dependerá do processo de captação de anúncios publicitários. O perfil dos consumidores e anunciantes potenciais é imprescindível. Indústria, agronegócio, turismo e comércio

¹ Para Marx o fetichismo da mercadoria, é o fato do produto exercer um controle – sobrenatural até – sobre o comprador. Muito além daquele do valor de uso, ou seja, a finalidade a que se destina o produto. O comprador vê a mercadoria enquanto um meio para satisfação dos seus desejos de atração, de identidade, de sensualidade, de ascensão social.

varejista (este, o principal foco para comercialização de espaços publicitários) empregam grande contingente de consumidores de bens de serviços.

A TV Borborema se instalou na cidade de Campina Grande em 1961, mas só entrou no ar em 1963, sendo inaugurada em 1966. No início das transmissões, o canal só produzia duas horas diárias de programação local, onde predominava o entretenimento. Nesse contexto, destacavam-se os programas *Zé Lagoa na TV* e *Graziela Entrevistas e atrações*. O restante da programação era formada por “programas enlatados” (produções importadas de outros países) oriundos do sudeste do país e filmes estrangeiros cedidos por Embaixadas. Considerando que nas décadas de 1960 e 1970, o conceito de desenvolvimento estava muito ligado ao crescimento econômico, observando notícias da época, no *Diário da Borborema*, verifica-se que a instalação da Televisão Borborema provocou mudanças sociais e econômicas na cidade, que agora tinha uma nova forma de entretenimento.

Embora apresento limitações técnicas na época, a televisão podia promover melhorias educacionais, propagação de informações, conhecimentos de novas culturas e diversos outros desdobramentos sociais. Sabendo-se que os resultados relacionados ao viés econômicos, todavia, percebe-se que há outras possibilidades de se observar o desenvolvimento de uma região tendo como objeto de análise outras possibilidades, a exemplo das empresas de comunicação.

Quando deu início a instalação da Televisão no Brasil, o jornalista e empresário Assis Chateaubriand começou por São Paulo e o Rio de Janeiro. Em setembro de 1950 era inaugurada a TV Tupi de São Paulo, e em janeiro de 1951, a TV Tupi do Rio de Janeiro. Além das duas capitais, Chateaubriand queria expandir a televisão pelo país e, em 1956, ele encomenda mais quatro transmissores à RCA norte-americana para instalação de emissoras em Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife e Campina Grande (SIMÕES, 1990). A TV Borborema seria implantada sete anos depois da compra do equipamento, em setembro de 1963.

OBJETIVOS E METODOLOGIA

O radialista Hilton Mota (já falecido) um dos “braços direitos” do jornalista empresário Assis Chateaubriand, disse em entrevista pessoal que ele usou a frase

“Campina Grande é a Chicago do sertão” quando questionado pelos condôminos dos Associados sobre a instalação de uma emissora de televisão em uma cidade no interior da Paraíba. Eles achavam um absurdo a ideia. Mas Chateaubriand sabia o que estava fazendo, desde a década de 1950 Campina Grande se destacava como importante centro comercial atacadista competindo com várias capitais do Nordeste.

A cidade era um fenômeno da região. Em nível de Brasil, Campina Grande era em 1960, de acordo com dados do IBGE, o décimo terceiro município brasileiro (fora algumas capitais) em importância econômica, financeira e social; o terceiro do Nordeste (atrás de Fortaleza e Recife) e o primeiro da Paraíba. Foi neste contexto que a TV Borborema foi implantada em Campina Grande.

O objetivo desta pesquisa foi mostrar por que Campina Grande, uma cidade do interior, foi contemplada com uma emissora de televisão sendo a primeira do interior do norte-nordeste e a quinta da região.

A chegada da televisão em Campina Grande foi de grande impacto para a cidade e para o estado da Paraíba. A TV Borborema, antes mesmo de entrar no ar em Campina Grande, provocou mudanças no meio publicitário local, visto que, até então, os empresários dispunham apenas de rádio e jornal para anunciar seus produtos. O anúncio da instalação da TV Borborema atraiu um grupo de publicitários pernambucanos que veio para Campina Grande instalar a primeira agência de publicidade da cidade, a Vitória Régia Publicidade.

Antes da entrada no ar da TV Borborema, Campina Grande via televisão através das emissoras de Pernambuco implantadas a partir de 1960. A TV Clube, canal 6² e a TV Jornal do Comércio, canal 2³.

Para realizarmos esse trabalho, fizemos uma revisão bibliográfica buscando conhecer a história da cidade e da televisão no Nordeste, além de pesquisa no arquivo da coleção do Diário da Borborema – principal divulgador da Televisão Borborema – que se encontra disponível na Biblioteca Átilo Almeida da UEPB. Realizamos ainda, entrevista temática com os pioneiros da TV Borborema e pessoas que testemunharam a implantação da emissora pioneira. Ao longo dessas entrevistas enfrentamos algumas dificuldades no que diz respeito aos

² Pertencia aos Diários Associados

³ Pertencente ao grupo Fernando Pessoa de Queiroz.

entrevistados, que em 2015, encontravam-se com média de idade de 86 anos. Muitas vezes, as entrevistas marcadas com antecedência tinham que ser remarçadas em cima da hora por causa do estado de saúde de alguns entrevistados.

Historicamente, o conceito de desenvolvimento tem dois sentidos. O primeiro está relacionado a evolução do sistema de produção, ao processo de acumulação e progresso técnico, com objetivo de elevar a produtividade de força de trabalho.

Furtado (1980) compreende que o desenvolvimento é um processo de transformação do mundo realizado pelo homem com o intento de atender as suas necessidades. Entretanto, para conseguir atender a essas necessidades, as sociedades precisam elevar seus potenciais de invenção cultural conseguindo, assim, as transformações esperadas. Neste contexto, ressalta-se a tecnologia e seu alto poder de difusão.

Desta maneira, Furtado (1980) considera o processo tecnológico como um dos fatores fundamentais para a reprodução da sociedade capitalista, pois através dele é que se tornou possível o processo de acumulação. A partir do conceito de desenvolvimento de Celso Furtado, pode-se incluir a televisão como um progresso técnico que colabora com o processo de acumulação na sociedade capitalista.

Em tempos de comunicação midiática, são destaques os sistemas televisivos e radiofônicos que se estruturam a partir do contexto da regionalização. Os limites de área de atuação desses veículos estão vinculados as possibilidades de produção e distribuição de informações jornalísticas, publicitárias e de serviços.

Para se realizar a produção e distribuição das informações, é preciso estrutura tecnológica, mercado potencial (captação de publicidade) e formação de equipes profissionais sintonizadas com as nuances regionais.

O conceito de mídia regional está ligado as tendências políticas, econômicas e culturais de determinadas regiões. Atualmente, os investimentos de tecnologia de ponta, a formação de quadros profissionais e a criação de grades de programação local revelam o interesse de empresários de mídia na estruturação de um mercado midiático regional e na construção de uma região midiática. A televisão regional pode estreitar vínculos com as comunidades, dando visibilidade a serviços e produtos, problemas comunitários e instituições públicas.

Esta dissertação se apresenta dividida em três capítulos.

No primeiro capítulo, **Cultura e desenvolvimento**, nós mostramos a partir das ideias de Celso Furtado, quais as implicações entre a cultura e o desenvolvimento. No segundo capítulo, **A televisão regional**, abordamos as seguintes questões: o que é televisão regional, o que caracteriza para a literatura uma televisão regional e qual a relação da tevê regional com o desenvolvimento. Além de historicizarmos as origens da comunicação de massa na cidade desde os primeiros serviços de alto-falante passando pelas primeiras emissoras de rádio até chegar na televisão que começou em Campina Grande através das imagens de duas emissoras pernambucanas instaladas em Recife, a TV Rádio Clube, canal 6 e a TV Jornal do Comércio, canal 2 que eram captadas na cidade. As emissoras televisivas foram as primeiras do Nordeste. No terceiro e último capítulo, **A Televisão Borborema**, nós apresentamos o contexto econômico, político e social de Campina Grande que permitiu a instalação de uma emissora de televisão na cidade, a primeira do interior do Norte-Nordeste brasileiro e a quinta emissora do Nordeste.

Esse trabalho abre a perspectiva para novos estudos sobre as relações da mídia regional com o desenvolvimento local bem como as suas implicações no contexto socioeconômico da Paraíba. Ao longo da realização desta pesquisa percebemos que é quase impossível, nos dias de hoje, estudos sobre desenvolvimento sem a inclusão da presença e influência da mídia.

CAPÍTULO I

CULTURA E DESENVOLVIMENTO

Não há desenvolvimento sem valorização da cultura
(Celso Furtado)

Neste capítulo vamos abordar as relações existentes entre a cultura e o desenvolvimento, a partir das ideias e conceitos de Celso Furtado.

Para Furtado (1984, p. 31), toda questão econômica é também histórica, social e cultural.

Devemos, portanto, começar a indagar as relações que existam entre a cultura como sistema de valores e o processo de desenvolvimento das forças produtivas, entre a lógica dos fins, que rege a cultura, e a dos meios, razão instrumental inerente ao processo de acumulação.

Os estudos e discussões sobre as relações entre o desenvolvimento e a cultura começaram entre as décadas de 1950 e 1960 do século XX, mas somente na década de 1980 foi intensificada a pesquisa sobre esta relação.

Carvalho e Nóbrega (2012, p.129) afirmam que

A associação entre desenvolvimento e cultura é coisa recente, em virtude de as questões culturais serem historicamente consideradas em função de expressar as diferenças entre os povos, um elemento então, mais capaz de significar instâncias-usos, costumes, relações sociais, conhecimento empíricos ou técnico-científicos, expressões artísticas, entre as demais manifestações do mundo social-ortodoxas dos grupos humanos, mantenedoras dos modos de vida locais, causas impeditivas de mudanças, incluindo iniciativas de progresso e avanço social.

Vencida esta ideia, a cultura passa a ser reconhecida como fator de aprimoramento humano e coesão social, além de ajudar na diminuição das desigualdades.

Estes novos conceitos alteraram os paradigmas do desenvolvimento, como explica Brasileiro (2012, p. 94,)

A crise da modernidade conduz a novos valores e pensares, que colocam em questionamento o progresso e o crescimento econômico

como fim último das sociedades. O aniquilamento dos conhecimentos locais- em detrimento dos saberes universais eurocêntricos-, a desvalorização dos modos de vida não europeus e as desigualdades geradas por este paradigma são repensados a partir de novos olhares sobre o desenvolvimento sustentável, das liberdades humana e dos sítios simbólicos de pertencimento.

A partir do exposto podemos questionar o que vem a ser cultura. Definir o que é cultura não é tarefa fácil, uma vez que esse termo é polissemântico e perpassa diversas áreas do conhecimento. Para Ribeiro (2012, p. 158) cultura é “o modo de viver de um grupo humano- constituído com base em costumes, crenças, conhecimentos, valores e códigos de conduta, herdados das gerações anteriores e/ou reconhecidos socialmente como relevantes, que organiza e dá sentido a existência das pessoas que o compõem”.

Guerra e Silva (2012, p. 200) apontam dois caminhos conceituais para definir a cultura, no primeiro, que eles chamam de amplo e/ou antropológico, assim, “a cultura é vista como um conjunto de elementos que constituem o modo de vida de um povo, de uma comunidade”. Ainda segundo os autores, a cultura envolve expressões do e processo sociais, bem como éticos, intelectuais, científicos, artísticos de um povo. Ela também se relaciona em uma área geográfica delimitada incluindo o que e como eles os transmitem. “A cultura descreve semelhanças partilhadas entre pessoas dentro de um território físico ou emocional, que as fazem experimentar um sentimento de unidade e de pertencimento que geralmente se desdobra em desejos de cultivo e de transmissão intergeracional” (GUERRA; SILVA, idem, p. 200). No segundo conceito, chamado de específico, os autores acrescentam que a cultura é definida “enquanto as diversas atividades ligadas às artes em todas as suas expressões” (p.196).

Para a UNESCO (2010, p. 2)

a cultura influencia fortemente todos os aspectos da vida diária pública e privada. Ela está profundamente interligada como todos os níveis dos processos de decisões políticos econômicos, às mídias de massa e à educação, e aos seus impactos nas relações sociais. É ainda sua riqueza que fez com que as políticas e programas de desenvolvimento sensíveis à diversidade cultural incluíssem e levassem em consideração a diversidade cultural. Um mesmo tamanho não pode servir para todos.

Tendo em vista que a cultura interfere no desenvolvimento, poderíamos questionar o que vem a ser desenvolvimento. O desenvolvimento não é apenas crescimento econômico. Ribeiro (2012, p.162) inspirada nas ideias de Furtado, Wolfe e Sen define o desenvolvimento como

um processo social e não econômico, um processo que deve levar a ampliação das capacidades das pessoas e dos grupamentos humanos de, ponderadamente, definir e tentar levar o tipo de vida que valorizam. Um processo não divorciado do seu contexto humano e cultural. Um processo com alma.

Guerra e Silva (2012) conceituam o desenvolvimento como uma palavra multifacetada. Para os autores quando a palavra é usada por economistas, ela remete para os indicadores que vão definir o desenvolvimento na visão econômica: o PIB, os índices de produtividade, o nível de desenvolvimento tecnológico e outros fatores voltados para o crescimento econômico.

Uma outra definição de desenvolvimento, segundo os autores, inclui, além dos indicadores econômicos, aspectos sociais, políticos e ambientais.

Desse modo, desenvolver-se significaria não somente a melhoria dos aspectos materiais da vida dos indivíduos de uma determinada região/área/cultura, mas também assegurar-lhe o bem-estar social, incluindo a garantia da dignidade humana para todos, bem como o manejo racional, consequente – democrático, humano e ético-do meio-ambiente (GUERRA; SILVA, *idem*, p. 208)

Durante a sua trajetória como teórico e pensador dos problemas econômicos do Brasil e da América Latina, Furtado (1964) construiu um pensamento sobre as origens e as características do subdesenvolvimento da região consagrados no sistema centro-periferia e a dependência. Para ele o progresso técnico está profundamente ligado as raízes históricas e culturais do subdesenvolvimento, sendo a tecnologia um fator importante na mudança cultural dos povos. “O desenvolvimento é um processo de mudança social pelo qual um número crescente de necessidades humanas – preexistentes ou criadas pela própria mudança – são satisfeitas através de uma diferenciação no sistema produtivo decorrente da introdução de inovações tecnológicas” (p .27)

Borja (2009, p. 75) referindo-se ao sistema de cultura em seu interior, diz que “o sistema de cultura abarca relações que lhe são específicas, entre a cultura material e a cultura não-material: onde a cultura material seria composta pelos bens utilizados tanto para consumo, quanto para produção; e a cultura não-material residiria nas relações sociais de produção, na organização política social, nos costumes, na religião etc”.

Furtado (1984) também destaca a influência dos valores culturais dos países geradores de inovações tecnológicas, como determinantes das formações subdesenvolvidas. “Devemos, portanto, começar a indagar as relações que existam entre a cultura como sistema de valores e os processos de desenvolvimento das forças produtivas, entre a lógica dos fins, que rege a cultura, e a dos meios, razão instrumental inerente ao processo de acumulação” (p. 31). O autor também esclarece o papel da ciência e da tecnologia que ocupam posição privilegiada neste processo:

Todas as formas que assume a criatividade humana podem ser postas a serviço do processo de acumulação, mas são aquelas cujos resultados são por natureza cumulativos- a ciência e a tecnologia- que melhor satisfazem as exigências desse processo, o que lhes vale o lugar privilegiado que ocupam na civilização industrial. Sem a subordinação da ciência e da tecnologia ao processo de acumulação, este jamais teria alcançado a intensidade que o caracteriza (FURTADO, idem, p.77).

O economista paraibano também sublinha o papel da arte com fonte estruturante da cultura:

em todas as culturas a arte constituiu uma linguagem privilegiada. A forma de transmissão das mensagens que alcançam a mais ampla gama da sensibilidade humana. A música e a poesia desempenharam papel fundamental no desenvolvimento da mente do homem, preparando-o para utilizar outros instrumentos, como a prosa e sistemas de símbolos que permitem o formalismo científico. Mediante as artes, a cultura é realimentada a partir da energia potencial contida no inconsciente coletivo, desempenhando o artista o papel de condensador dessa energia” (FURTADO, 1978, p. 174).

Neste contexto a criatividade humana é apresentada como fundamental para a nossa evolução social, uma demonstração da capacidade da inventividade humana.

Furtado (idem) prossegue: “a gama maravilhosa de culturas que já surgiram sobre a Terra testemunha o fabuloso potencial da inventividade do homem. Se algo sabemos do processo de criatividade cultural é exatamente que as possibilidades do homem são insondáveis” (p.73). Para o autor a inovação, associada ao progresso técnico, tem um destaque especial entre as diversas manifestações da criatividade humana: “o progresso técnico é fruto da criatividade humana, da faculdade do homem para inovar” (p. 43).

Furtado (1978, p 47) afirma que a capacidade de inovar é fundamental para a definição do conceito de desenvolvimento. Ele diz que “o desenvolvimento é sempre tributário de uma atividade criadora”.

Assim, entendemos que o progresso científico-técnico das nações mais desenvolvidas centralizadoras da atividade industrial de ponta, provoca a dependência dos países periféricos (subdesenvolvidos e em desenvolvimento) que adotam modelos de desenvolvimento calcados na “imitação cultural” dos países centralizadores e mais fortes economicamente.

Quando os países periféricos optam por uma imitação do sistema industrial dos países mais elevados em nível de acumulação de capital, não se trata apenas de uma questão tecnológica, mas a configuração de uma dependência cultural.

Para Borja (2009, p. 75): “a dependência se daria na necessidade de adquirir a tecnologia ou assimilar o progresso técnico oriundo do centro do sistema mundial, juntando a isto uma análise das relações entre a burguesia local e a burguesia internacional, destacando o papel submisso desempenhado pelos agentes locais no comando do sistema econômico nacional”.

Brandão (2013, p. 251), um dos mais fiéis tradutores do pensamento furtadiano, ratifica as ideias do mestre. “O mimetismo das elites e a assimilação passiva da cultura material exógena conspiram contra a afirmação da soberania cultural e da riqueza cultural, do sistema de valores, do povo brasileiro. O sistema de forças produtivas não é posto a serviço do enriquecimento cultural e social de seus cidadãos”. Ele ainda complementa que “o elitismo nobilitador de posições da classe dominante, garantindo a recorrente assimilação, transplantação, modernização e ocidentalização dos estilos de vida importador, conduzirá ao desaparecimento de sistemas de cultura” (p. 251).

Furtado (2012, p. 33)⁴ aborda mais uma vez a questão da dependência fazendo uma reflexão sobre a nossa própria identidade e apontando caminhos para uma mudança de paradigma.

Uma reflexão sobre nossa própria identidade terá que ser o ponto de partida do processo de reconstrução que temos pela frente, se desejamos que o desenvolvimento futuro se alimente da criatividade do nosso povo e contribua para a satisfação dos anseios mais legítimos deste. Devemos pensar em desenvolvimento a partir da visualização dos fins substantivos que desejamos alcançar e não da lógica dos meios que nos é imposta do exterior. A superação do impasse estrutural que está no fundo de nossa crise somente será lograda se o desenvolvimento futuro conduzir a uma crescente homogeneização de nossa sociedade e abrir espaço à realização das potencialidades de nossa cultura.

Para Furtado (2012, p. 34) a cultura brasileira deve assumir papel de destaque nas discussões sobre as opções de desenvolvimento para o país. “Sou de opinião que a reflexão sobre a cultura brasileira deve ser o ponto de partida para o debate sobre as opções do desenvolvimento”. Assim, é impossível dissociar o desenvolvimento da cultura. Tanto a cultura material quanto a imaterial são primordiais para o desenvolvimento.

1.1 INDÚSTRIA CULTURAL E DESENVOLVIMENTO

O desenvolvimento da indústria cultural no Brasil, começou paralelamente ao desenvolvimento econômico. Em um breve resumo histórico, tudo começou na década de 1920 do século XX, com a instalação da primeira emissora de rádio. Depois veio a televisão na década de 1950, e a chegada da Internet na década de 1990.

Foi na ditadura militar (1964 -1985) que a indústria cultural avançou no Brasil, através da incorporação e importação de todo aparato tecnológico ligado ao audiovisual, notadamente a televisão.

⁴ “Que somos?”, resultado de uma conferência pronunciada no I Encontro Nacional de Política Cultural, realizado em Belo Horizonte em 23 de abril de 1984.

Na indústria cultural, a produção da cultura tem como objetivo construir modelos de reprodução do capitalismo e dar atributos humanos nas mercadorias para reforçar o consumo. “A indústria cultural reflete uma necessidade do capitalismo de coisificar⁵ o mundo ao seu redor, coisifica o homem transformando-o em mercadoria, e ao coisificar o homem transforma todo o produto do trabalho humano em algo a ser comprado, e a cultura em algo a ser vendida” (ALMEIDA, 2008, p. 26)

A indústria cultural é assim definida por Furtado (1984, p. 31) como “a produção de bens culturais que buscam a uniformização dos padrões de comportamento, base da criação de grandes mercados. E é o autor adverte: “Uma visão de conjunto do processo cultural brasileiro deste fim de século revela, no primeiro plano, o papel crescente da indústria cultural transnacional como instrumento da modernização dependente” (FURTADO, 2012, p.186).

Um dos casos mais emblemáticos de dominação e dependência cultural – inclusive tecnológica – através da indústria cultural, está na indústria de cinema norte-americana.

O grande desafio é apresentar alternativas ao modelo de desenvolvimento estadunidense centralizador, consagrado e amplamente difundido pela indústria cultural, que amplia sua capacidade de acumulação perpetuando seus símbolos através dos filmes, músicas, *games* e outros produtos culturais. A dominação cultural euro-estadunidense está cristalizada no cinema, na música, nos *games* e na própria academia. Modelos estratificados ao longo dos anos nos são impostos como verdades absolutas e formulas únicas de compreensão e apreensão do mundo.

Estes discursos fundamentam a estruturação dual do planeta, segundo a qual, os países do Norte, os desenvolvidos, transformam-se na medida de comparação, sendo os outros países/regiões definidas a partir desse espelho, que projeta características tais como modernização, industrialização, educação, eficiência, limpeza, democracia, urbanização, civilização, avanço, desenvolvimento, organização dentre outras (GUERRA; SILVA, 2012, p.196).

⁵ Segundo Karl Marx, a relação entre capital, trabalho e alienação, promovem a *coisificação* do mundo. Tudo medido pelo volume de coisas que indivíduo possui. Ter um carro do último modelo, roupas das melhores marcas, estudar nas melhores escolas. É a estrutura baseada em poderes na qual vivemos hoje, guiada pelo senso comum da sociedade.

A presença dos filmes norte-americanos nas telas do mundo inteiro são a garantia da difusão de um modelo de vida – o *american way of life* – que deve servir como referência de qualidade para os outros povos. Esta dominação do mercado mundial de cinema que começa no pós-guerra, permanece até hoje. Se antes o domínio se restringia a tela grande dos cinemas hoje este domínio se estende também pelas telas dos televisores. Noventa por cento dos filmes exibidos na televisão brasileira são produzidos em Hollywood.

E como sabemos os filmes não vendem apenas uma história com começo, meio e fim. Eles vendem também – e principalmente- a ideologia da supremacia do modelo de vida norte-americano com seus costumes, sua moral, sua justiça e sua visão do mundo.

A padronização da cultura estrangeira através da indústria cultural, massificando ritmos musicais, padrões de comportamento e processos narrativos dramáticos (via cinema e televisão), vai inibindo as originalidades locais que se sentem inferiorizadas frente ao modelo padrão consagrado.

Vencer esta questão exige um olhar mais apurado sobre a realidade brasileira e sua diversidade. No dizer de Brandão (2013, p. 250)

lutar para ganhar espaço de atuação e comando, com um grau mais elevado de autodeterminação e endogenia, envolve necessariamente tratar de forma criativa a diversidade geográfica, demográfica, social, cultural e produtiva brasileira. É preciso entender como as forças conservadoras destroem a criatividade e a diversidade cultural e regional “dos de baixo”, para manter o padrão de privilégios “dos de cima”.

E Furtado complementa

Numa sociedade democrática, já não basta tornar mais intensa a acumulação. É igualmente importante garantir a abertura de espaço para a participação de todos. Se é verdade que o crescimento econômico pode se fazer, em geral, pela importação de modelos estrangeiros, o desenvolvimento cultural, em contrapartida, implica sempre a percepção da identidade de um povo, sem o que ele jamais terá autonomia indispensável à criação.

Durante a sua passagem pelo Ministério da Cultura Celso Furtado⁶ explicitou a sua preocupação com a cultura brasileira ameaçada pela hegemonia planetária da cultura estrangeira – notadamente a euro-estadunidense – para isto ele imprimiu no Ministério um caráter integrador, de inclusão social, procurando dar voz a diversidade cultural brasileira como as manifestações culturais que se restringiam a pequenos grupos perdidos na imensidão brasileira.

Também foram desenvolvidos projetos junto a comunidades (quilombolas, indígenas, religiosas entre outras) objetivando o fortalecimento das tradições culturais ameaçadas. A sua preocupação com a diversidade cultural brasileira enquanto representante do Estado, determinava a sua equipe que evitasse as decisões de gabinete na solução dos problemas regionais e procurasse viajar até os locais onde ocorriam estas demandas para verificar de perto as prioridades e, principalmente, ouvir a população fazendo uma ponte com a sociedade e seus atores.

Foi também por iniciativa do Ministro Celso Furtado que foi criada e sancionada a primeira lei brasileira de incentivo fiscal para o patrocínio de atividades artísticas e culturais – a chamada Lei Sarney, promulgada em 2 de julho de 1986.

Quando tomou posse na Academia Brasileira de Letras, em 31 de outubro de 1997, ocupando a vaga do acadêmico Darcy Ribeiro, Furtado disse em seu discurso:

[...] o homem é um processo alimentado por um gênio criativo que sempre nos surpreendera. Cabe às instituições culturais, como esta Academia, velar para que essa chama criativa se mantenha acesa e ilumine as áreas mais nobres do ser humano. E somente se mantivermos essa lucidez seremos coautores de nosso próprio destino (FURTADO, 2012, p.134).

A partir das afirmações de Furtado, podemos dimensionar o papel da indústria cultural através da televisão no desenvolvimento de uma região. É a televisão que assume o principal modelo de reprodução do ideal capitalista de consumo e acumulação. Ela vai assumir um papel de relevância neste desenvolvimento com todas as implicações econômicas e culturais. Este tema será melhor abordado na próxima seção.

⁶ De fevereiro de 1986 a agosto de 1988.

1.2 TELEVISÃO REGIONAL E DESENVOLVIMENTO

Buscamos analisar as discussões do que seriam as características da TV regional com o desenvolvimento e o que seriam as características da TV regional e a relação da TV regional com o desenvolvimento.

A televisão brasileira completa agora em 2016, 66 anos de existência. Quando a televisão foi implantada no Brasil, em setembro de 1950, por iniciativa do jornalista e empresário Assis Chateaubriand, o país passou a ser pioneiro na América Latina em transmissões televisivas, com duas emissoras em funcionamento a TV Tupi de São Paulo (inaugurada em setembro de 1950) e a TV Tupi do Rio de Janeiro (inaugurada em janeiro de 1951).

Nesta primeira fase da televisão nacional, as emissoras eram obrigatoriamente locais pois ainda não existia tecnologia que permitisse a exibição de programas em rede nacional. Ou seja, a TV paulista tinha o sotaque paulista e a TV carioca o sotaque carioca. Todos os programas, com exceção para os filmes enlatados, tinham que ser produzidos localmente e ao vivo pois o *videotape* (que possibilitava a gravação dos programas) também não existia.

Com a criação da Embratel⁷ pelo governo militar, o Brasil passou a contar com a tecnologia que viabilizava a transmissão de som e imagens, em tempo real, para todo país. É neste momento que começam a se organizar as primeiras redes nacionais de televisão, algumas com emissoras próprias espalhadas pelos estados (a Rede Tupi dos Associados, por exemplo) e outras usando emissoras próprias em associação com emissoras afiliadas (modelo norte-americano de gerenciar o negócio TV) como foi o caso da Rede Globo.

A partir desta nova sistemática de gerenciamento da televisão brasileira, que solidificada na década de 1970, o conceito de televisão regional mudou. Com a criação das redes nacionais e pensando na minimização dos custos de produção

⁷ A Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL) foi criada em 16 de setembro de 1965 pelo então presidente militar Castelo Branco, como empresa de economia mista de controle estatal. Tornou-se braço de longa distância do sistema Telebrás, criado ainda durante Regime Militar em 1972.

dos programas, a programação das emissoras passou a ser centralizada em uma emissora chamada de "cabeça-de-rede"(geralmente sediada no sul/sudeste) e retransmitida para todo país.

Para as emissoras afiliadas são oferecidos pequenos espaços dentro da grade geral, para veiculação dos programas locais notadamente os jornalísticos.

Neste contexto, o que é uma televisão regional? A legislação brasileira sobre tele radiodifusão não define o que seja televisão regional.

A Constituição promulgada em 1988 fala sobre a regionalização da produção artística, cultural e jornalística (artigo 221, inciso III) nas emissoras de TV; mas ainda não foi criada a legislação complementar que vai definir o que é a TV regional e quais os percentuais de tempo que ela vai dispor para apresentar os seus programas.

E a nossa literatura sobre o assunto, como define a televisão regional?

A escassa bibliografia sobre a televisão regional no Brasil apresenta algumas definições. Para Sousa (2006, p. 105) "Televisão Regional é um empreendimento instalado numa determinada área, com alcance limitado por lei e por recursos técnicos, quase sempre subordinado a uma grande rede e com alguma autonomia na grande de programação"

Nesta definição podemos dizer que a localização geográfica da emissora e a autonomia na feitura da programação, são determinantes para que uma emissora possa ser considerada como regional. Simões (2006, p. 28) também aponta a localização geográfica como determinante para a classificação de televisão regional, e dá outros indicativos: "ausência de participação em uma rede supra regional, quantidade de comerciais ou quantidade de programas produzidos pelas afiliadas, e a qualidade e duração/tempo destes programas" Para o autor, a questão comercial local também é um fator preponderante na definição de uma emissora regional.

Bazi (2001, p.16) destaca: "consideramos como televisão regional aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região e que tenha sua programação voltada para ela mesma". O aspecto técnico, capacidade da emissora de alcançar com o seu sinal toda uma região e a questão da identidade local, através da produção de programas, são para o autor as marcas que legitimam uma estação de TV regional.

Concordando com a necessidade de existir um tom local (identidade) nos programas produzidos por emissoras regionais, Costa Júnior (2009, p. 34) falando sobre a experiência da rede gaúcha RBS⁸ (a primeira grande rede regional de televisão do Brasil, afiliada Globo), diz que a televisão regional "é mais que o simulacro local de uma grande indústria. Ela tem que ter personalidade própria, tem que ter vida, tem que ter identidade local"

Como observamos, não existe um consenso que defina a TV regional. As variáveis são muitas e sugerem amplas possibilidades.

Bazi (2001, p. 18) citando Fernandes (1996) mostra que existem três tipos que caracterizam estações regionais de TV:

As TVs geradoras, ou seja, aquelas que geram programação do próprio local em que estão instaladas; as retransmissoras, isto é, aquelas que apenas possuem os equipamentos necessários para captar sinais de sons e imagens recebidos de uma estação geradora, e retransmiti-los para recepção dos aparelhos domésticos de TV, sem produzir programa próprio; e as estações repetidoras, também chamadas de estações de repetição terrena (ERT), ou retransmissoras passivas, que apenas são capazes de receber sinais e retransmiti-los.

O autor acrescenta ainda que haveria traços de regionalismo/regionalização na tipificação das emissoras pelo seu financiamento (público, pela audiência ou publicidade comercial) ou pela sua propriedade (estatal, privada ou pública não estatal).

A partir da final de década de 1990, a grande mídia redescobre o local. Mas antes de pensar no conteúdo local/regional das emissoras, as grandes redes estão interessadas no poder de consumo do mercado local/regional.

Bem antes, quando começaram a ser instaladas as primeiras emissoras da região nordeste -1960, dez anos depois da pioneira TV Tupi paulista (em

⁸ Fundado em 31 de agosto de 1957, por Maurício Sirotsky Sobrinho, o Grupo RBS é uma das maiores empresas de comunicação multimídia do Brasil e a maior empresa afiliada da Rede Globo. Trabalha conteúdos jornalísticos, de entretenimento e de serviços por meio de emissoras de rádio e de televisão, jornais e portais de internet. Com mais de 6 mil colaboradores, é o segundo maior empregador de jornalistas do país. Plataformas do Grupo RBS: - 18 emissoras de TV aberta afiliadas à Rede Globo (RBS TV); - 2 emissoras de TV locais (TVCOM); - 24 emissoras de rádio (Rádio Gaúcha, Rádio Atlântida, Rádio Itapema, Rádio Cidade, Rádio Farroupilha, Rádio CBN Porto Alegre, Rádio CBN Diário); - 8 jornais (Zero Hora, Diário Gaúcho, Pioneiro, Diário de Santa Maria, Diário Catarinense, Hora de Santa Catarina, Jornal de Santa Catarina, A Notícia)

Pernambuco e na Bahia) o interesse dos investidores era o crescente mercado regional que despontava por aqui e a televisão vinha em busca dessa fatia de mercado.

Na Paraíba não foi diferente, quando o empresário Assis Chateaubriand começou a expandir a rede de televisão dos Associados, implantando a primeira televisão da região a TV Rádio Clube de Recife, ele já pensava na regionalização da televisão e Campina Grande não foi escolhida por acaso para sediar uma emissora. O destacado desenvolvimento da cidade que colocava Campina Grande como o décimo terceiro município brasileiro em importância econômica, social e cultural, foi um fator de peso para a escolha.

O que podemos observar é que a televisão regional se relaciona com o desenvolvimento, a partir da identificação do crescimento dos mercados locais que vão possibilitar a captação de verbas publicitárias para instalação e manutenção das emissoras.

Para sobreviverem as emissoras regionais se utilizam da produção local de programas. São estes programas que vão dar identidade e credibilidade as emissoras, e conseqüentemente facilitar a captação de anúncios para sua manutenção. Depois de instalada é inegável o desenvolvimento (social, técnico e cultural) proporcionado por uma emissora regional de televisão na área de atuação dela.

Mas é bom lembrar que, para trazer mais desenvolvimento, a televisão só vai ser instalada onde já existe desenvolvimento, onde esse processo encontra-se consolidado.

CAPÍTULO II A TELEVISÃO REGIONAL

2.1 CAMPINA GRANDE E O DESENVOLVIMENTO

Faremos uma breve discussão sobre aspectos históricos das condições econômicas, políticas, sociais e culturais que permitiram a instalação de uma emissora de televisão em Campina Grande, a primeira da Paraíba, a quinta estação do Nordeste e a primeira do interior do Norte-Nordeste.

A aldeia de Campina Grande foi fundada em 1697. Silva Filho (2005) reproduz trecho de um documento onde o capitão-mor Teodósio de Oliveira Ledo foi até a capital para pedir ajuda ao governador Manuel Soares de Albergaria. Teodósio queria recursos financeiros, pessoal e munição para manter o aldeamento e converter os índios aprisionados e escravizados por ele. Diz o documento:

No dia 1 de dezembro de 1697 fora aquela cidade (hoje João Pessoa) o capitão-mor Teodósio de Oliveira Ledo para informar ao governador da província sobre as condições em que se achavam os sertões daquele distrito, despovoado pelas invasões que tinha feito o gentio bárbaro Tapuya; e que era conveniente que estes se tornassem a povoar com gados e currais para o que lhe era necessário que ele o ajudasse com alguma gente e munições para nas ditas Piranhas fazer arraial; que trouxera consigo uma nação de Tapuyos chamados Ariús, que estão aldeados junto dos Cariris, onde chamam a Campina Grande (SILVA FILHO, idem, p. 21).

Situado em boa posição geográfica, entre o alto sertão e o litoral, com terras próprias para o plantio de mandioca, milho e outros cereais, o aldeamento converteu-se rapidamente em povoado próspero. Em 1769 é criada a freguesia sob a invocação de Nossa Senhora da Conceição.

Vinte e um anos depois, em 1790, a povoação de Campina Grande é elevada à categoria de vila, passando a se chamar Vila Nova da Rainha.

Campina Grande foi a Vila Nova da Rainha durante 74 anos, até que, no dia 11 de outubro de 1864, foi elevada à categoria de cidade, através da Lei nº 127, passando a se chamar oficialmente Campina Grande.

Diz o texto da Lei assinada pelo governador Sinval Odorico de Moura:

Lei número 127, de 11 de outubro de 1864.

Sinval Odorico de Moura, Bacharel Formado em Ciências Jurídicas e Sociais pela Academia de Olinda, Oficial da Imperial Ordem da Rosa, e Presidente da província da Paraíba do Norte: Faço saber a todos os seus habitantes que a Assembléia legislativa Provincial resolveu e eu sanciono a Lei seguinte: Artigo único- A Vila de Campina Grande fica elevada à categoria de cidade, conservando a mesma denominação, e revogadas as disposições em contrário.

Mando portanto a todas as autoridades, a quem o conhecimento e execução da presente Resolução pertencer, que a cumpram e façam cumprir e guardar tão inteiramente como nela se contém. O Secretário desta Província a faça imprimir, publicar e correr.

Palácio do Governo da Paraíba, em 11 de outubro de 1864.

Sinval Odorico de Moura – governador – (SILVA FILHO, 2005, p. 58).

A partir da sua emancipação como cidade, Campina Grande começa a se transformar em um importante centro de negócios, dada a sua posição privilegiada ponto de passagem obrigatória dos tropeiros, mascates e outros comerciantes que desciam para o litoral ou viajavam para o sertão.

A cidade, em sua origem, era uma espécie de cruzamento regional por onde transitavam pessoas de toda província e das províncias vizinhas, muitos transportando gado e mercadorias que eram negociadas na cidade.

Em relatório enviado para o Tenente Coronel Honorato Cândido Ferreira Caldas, chefe do poder executivo, e reproduzido no livro *Síntese histórica de Campina Grande*, o engenheiro fiscal da estrada de ferro Conde d’Eu – Joaquim Nogueira Jaguaribe – alertando para os efeitos da seca que assolava a região em 1866, diz sobre a feira de gado de Campina Grande:

É na cidade de Campina Grande que se reúnem todos os marchantes da Província, do Piauí e Ceará, também vêm grandes boiadas e cavahadas para a feira que tem lugar todas as semanas nesta importante cidade. Rara é a feira em que não comparecem mais de mil rezes que são vendidas a marchantes da Província ou de Pernambuco que ali se reúnem” (SILVA FILHO, 2005, p. 60-61).

Era a cidade “onde tudo tem valor, e nada tem valor. A cidade da feira, do mercado, Carrefour do Nordeste” (AZEVEDO FILHO, 1988). No dizer do cantor e compositor Gilberto Gil que acrescentou: “este anseio de ser Nova Iorque que Campina Grande tem”.

A partir de 1907, com a chegada do primeiro trem à cidade, Campina Grande vai vivenciar um importante momento de crescimento e progresso. O principal responsável pela chegada do trem foi o dinamarquês Cristiano Lauritzen, que foi prefeito da cidade por 19 anos. Durante 13 anos (entre 1884 e 1907), Lauritzen fez várias viagens até o Rio de Janeiro – na época a capital federal – para pedir ao governo a construção de um ramal partindo da cidade de Itabaiana até Campina Grande.

Depois de muita insistência o ramal foi construído ligando as duas cidades. O trem fez a ponte entre a cidade e o porto do Recife – o principal da região Nordeste – ampliando as possibilidades de negócios. A chegada do trem fez ressurgir o comércio local transformando a cidade em um grande mercado regional superando outras praças importantes da Paraíba.

Com a linha férrea, o progresso chega rapidamente à Campina Grande, em 1920 é inaugurada a iluminação pública das principais áreas da cidade. Neste ano o município registra uma população de 70.806 mil habitantes⁹ com cerca de duas mil casas. A fama da cidade atrai forasteiros em busca de novas oportunidades, como conta o empresário José Carlos da Silva Júnior.

Meu pai era do interior de Pernambuco e lá se falava muito que Campina Grande era uma cidade de muitas oportunidades, terra de muito dinheiro e assim por diante. Então ele resolveu ir para lá em 1922, eu tenho uma irmã que já não está mais por aqui, nascida lá em 1924 e eu nasci em 1926. Quando meu pai chegou ele começou no ramo de restaurante depois comprou uma torrefação de café. O negócio começou a prosperar e ele comprou outra torrefação que fabricava a marca São Braz. Daí em diante o negócio não parou mais, com muita luta e sacrifício da família (SILVA JÚNIOR, abril, 2016, p.12).

Em 1925 a cidade já contava com dois cinemas: o “Apolo” e o “Fox”, depois desaparecidos. Funcionaram na Rua Maciel Pinheiro, centro da cidade, e encerraram suas atividades em 1933, pois os projetores eram ultrapassados, ainda do tempo do cinema mudo. Em 1934 a cidade ganhava o seu primeiro cinema com aparelhagem sonora: o cine Capitólio, inaugurado em novembro daquele ano. Em

1936 Campina Grande já era a principal cidade do interior nordestino, com uma população de aproximadamente 100 mil habitantes¹⁰.

O ambiente era propício à criação de indústrias, no começo elas surgiram timidamente depois com maior velocidade. As primeiras indústrias surgiram de iniciativa local, ou seja, desenvolvimento endógeno. Conforme Barquero (2001), o desenvolvimento econômico acontece em decorrência do uso do potencial local e do excedente gerados localmente e pela atração de recursos externos, bem como pela incorporação de economias no processo produtivo. Para que isso aconteça, é necessário identificar e ativar fatores determinantes do processo de acumulação de capital para sair de um estado estacionário.

Havia também indústrias de artefatos de metal, fábricas de sabões, indústrias do café e milho, curtumes, bebidas, artefatos de couro, indústrias têxteis, móveis e artefatos de madeira, panificação e confeitaria. Completavam o quadro industrial de Campina Grande, as usinas de descaroçamento e prensagem de algodão e extração de óleo, a exemplo da Anderson Clayton¹¹ e Sanbra¹².

Foi o algodão, ao substituir o gado como principal produto comercializado na praça de Campina Grande, que mudou a feição da cidade. O algodão era entregue em caroços pelos produtores e saía em plumas para os portos exportadores. Os fardos de algodão ocupavam as ruas da cidade, esperando a hora para serem embarcados.

Em 1935, a Paraíba era o segundo maior produtor de algodão do país, com uma produção de 105 mil toneladas. O primeiro era o estado de São Paulo com uma produção de 245 mil toneladas (ZISCHKA, 1936). No começo da década de 1940 – antes do início da Segunda Guerra Mundial – Campina Grande era a terceira praça algodoeira do mundo, competindo com cidades como Liverpool na Inglaterra.

Os negócios algodoeiros provocaram uma extraordinária movimentação comercial na cidade. Foram instalados grandes armazéns que recebiam do sul, enormes quantidades de ferragens, materiais de construção, tecidos, utilidades domésticas, alimentos, máquinas e instrumentos de trabalho. Estes produtos

¹⁰ Segundo dados do livro **Síntese histórica de Campina Grande** de Lino Gomes Filho.

¹¹ Indústria americana de descaroçamento e extração de óleo vegetal.

¹² Sociedade Algodoeira do Nordeste Brasileiro, indústria de descaroçamento e extração óleo vegetal, capital argentino.

comercializados em Campina Grande, abasteciam de volta os numerosos caminhões que traziam os fardos de algodão de todo interior da Paraíba e dos estados vizinhos. Como nos mostra Lima (2010, p. 117) a comercialização do algodão contribuiu para a economia da cidade. “Fruto do comércio do algodão, Campina Grande sediou, ainda, uma grande indústria têxtil, responsável pela produção de fios e tecidos, que concorreu, de forma ponderável, para a economia regional”.

Exercendo a função de cidade-mercado, Campina Grande polariza uma vasta região que ultrapassa os limites do estado.

A atuação comercial de Campina Grande, principalmente através dos grossistas é extraordinária. Ultrapassando os limites da Paraíba penetra folgadoamente nos estados vizinhos do Rio Grande do Norte, Ceará e Pernambuco e, em escala mais reduzida, atinge também, os estados do Maranhão e Piauí, onde as vendas alcançam Bacabal, Pedreiras e São Domingos do Maranhão. Em direção ao sul, apesar da presença de Recife no litoral pernambucano, Campina Grande aparece vendendo, também, para algumas praças do sertão de Pernambuco e do interior de Alagoas, mormente Arapiraca e Santana do Ipanema (CARDOSO, 1963, p.11).

O grau de desenvolvimento alcançado pela cidade transforma Campina Grande em um fenômeno no interior do Nordeste como ratifica Cardoso:

Campina Grande é no quadro urbano nordestino, um fenômeno que impressiona profundamente aqueles que se interessam, de alguma maneira, pelo estudo do fato urbano no Brasil. Todos são levados a reconhecer que existe algo nesta aglomeração que a distingue das demais cidades da região. Sobressai ela não só pela organização de seu espaço urbano, pois se apresenta como verdadeira urbe, mas, principalmente, no papel que desempenha na vida regional, tendo a si subordinada uma extensa área do interior nordestino. À semelhança de São Paulo que do planalto paulista domina no campo econômico todo o sul parte do sudeste e centro-oeste do país, Campina Grande, embora em menores proporções, do alto da Borborema irradia sua atuação por extensa área do sertão, contrastando assim, com a grande maioria dos centros urbanos nordestinos, que vivem apenas em função da área rural da própria comuna” (IDEM, 1963, p.3)

Foi durante os governos do prefeito Vergniaud Wanderley¹³ que Campina Grande vivenciou uma radical transformação em seu desenho urbano, além de construir novas ruas e avenidas os prédios urbanos são modificados e reconstruídos, a arquitetura colonial é demolida para dar espaço as modernas construções no estilo *art déco*¹⁴.

A revolução urbana provocada por Wanderley foi questionada por setores da sociedade que não aceitavam uma reforma tão radical imposta no traçado urbano da cidade, muitas casas foram demolidas para permitir o alargamento das principais ruas e avenidas. Como afirma Lima (2010, 83), “a transformação urbana operada pelo prefeito Vergniaud Wanderley reflete a tentativa da elite burguesa campinense de reproduzir o que ocorria na cidade do Recife, referência cultural e econômica de Campina Grande”.

Apesar das reclamações, a reforma urbana foi feita. Em entrevista ao jornalista Ronaldo Dinoá do *Diário da Borborema*, o ex-prefeito Vergniaud Wanderley justificou assim a sua atitude.

Foi o desejo de ver a cidade deixar de ser um burgo pobre, para se transformar na primeira comunidade do interior do Norte do país. Por isso, enfrentei as resistências com obstinação e energia, não dando ouvidos às ameaças e resistência por parte daqueles que se julgavam prejudicados. Fiz cumprir uma lei existente e não aplicada anteriormente. Sobre o gabarito dos prédios do centro da cidade, desapropriei, comprei, botei e prendi a tal ponto que me chamavam de violento (DINOÁ, 1993, p. 206).

E Campina Grande não parava de crescer superando a capital João Pessoa em todos os índices indicadores de desenvolvimento. No censo de 1940, Campina Grande registra uma população de 127.397 habitantes, enquanto a capital – João Pessoa – 95.386 habitantes.

De acordo com o IBGE, entre 1940 e 1950 Campina Grande teve um crescimento populacional na ordem de 114,3%, contra 25,8% da capital João Pessoa. A grandeza econômica da cidade também era refletida nos dados de suas receitas públicas. Em 1943, a renda estadual em Campina Grande foi de 12 milhões e 680 mil cruzeiros, e a da capital 6 milhões e 541 mil cruzeiros.

A cidade é também o principal mercado nordestino no comércio de algodão com 28 firmas especializadas. Destacava-se ainda o crescimento do comércio de

¹³ O primeiro mandato foi de 1935 até 1937 e o segundo de 1940 até 1945

¹⁴ Estilo surgido na Europa, que depois foi para os EUA, expandindo-se pela América Latina.

fibra de agave que, através de 16 firmas, operava no mercado nacional, e no exterior. Metade do comércio atacadista paraibano se concentrava em Campina Grande, a outra metade era disputada pela capital e os outros municípios do estado.

A capital João Pessoa era a sede do governo, mas era Campina Grande que dita os rumos políticos e econômicos da Paraíba.

É neste período que os comerciantes de Campina Grande entram em sua fase financeira, começam a surgir na cidade bancos com capital local. O Banco do Brasil tinha sido instalado na cidade em 1923, e os bancos locais a partir de 1928: o primeiro foi o Banco Auxiliar do Povo; em 1937 surge o Banco Mercantil; um ano depois, em 1938, é instalado o Banco do Comércio; em 1940, o Banco Popular de Campina Grande e em 1943, o Banco Industrial de Campina Grande, o que teve vida mais longa e foi o mais importante de todos quando instalou filiais em todas as capitais brasileiras e nas principais cidades do país.

Além dos bancos locais, a cidade contava com agências e filiais do Banco da Lavoura de Minas Gerais, Caixa Econômica Federal, Banco do Nordeste, Casa Bancária Magalhães Franco e Banco do Povo S/A.

Os bancos locais começaram a ser extintos na segunda metade da década de 1960; o Banco Industrial teve vida mais longa encerrando as atividades na década de 1970. Em 1949 é fundada na cidade a Federação das Indústrias do Estado da Paraíba – a FIEP.

Dos 12 sindicatos patronais fundadores da entidade, 9 eram sediados em Campina Grande.

A Paraíba encravada no Nordeste semiárido, sem apoio dos poderes públicos, sem contar com políticas de incentivo fiscal e financiamento à produção industrial não poderia sediar grandes empreendimentos industriais. As indústrias com que contava estavam sediadas em Campina Grande e expressavam a força e a pujança do empresariado campinense (LIMA, 2010, p.116).

Campina Grande é até hoje a única cidade do interior a sediar uma Federação das Indústrias. Por conta da industrialização crescente é implantada na cidade, em 1949, uma escola do SENAI-Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. O Senai chegou Campina Grande é criado em 1949.

2.2 Os Diários e Emissoras Associados e o desenvolvimento de Campina Grande

No rastro destes acontecimentos da década de 1940, os Diários e Emissoras Associados inauguram ainda em 1949, a Rádio Borborema, primeiro investimento do jornalista/empresário Assis Chateaubriand nas comunicações da cidade. Campina já contava com a rádio Cariri¹⁵, que depois foi incorporada aos Diários e Emissoras Associados.

Em 1957 os Associados inauguram o *Diário da Borborema* primeiro jornal profissional de Campina Grande, com periodicidade regular e jornalistas contratados especificamente para o jornal. O DB teve vida mais longa circulando por mais de 50 anos. No começo da década de 1960, em 1963, seria instalada a TV Borborema também do grupo.

A elevada posição econômica da cidade, tornou Campina Grande um polo de desenvolvimento no interior do estado. Por extensão, os municípios situados no Planalto da Borborema e nas regiões do cariri e do agreste, foram estimulados e ativados pelo surto de progresso campinense.

Também foram beneficiados os municípios do sertão e de estados vizinhos, influenciados pelo núcleo de negócios e de atividades existentes em Campina Grande.

Graças à sua potência econômica e à posição geográfica do município, é muito intenso o tráfego de veículos de outras regiões que circulam na cidade, como lembra o advogado e jornalista, pioneiro da TV Borborema, José de Arimatéia Rodrigues:

Naquele tempo a gente gostava de apostar nas placas dos caminhões e carros que trafegavam pelas ruas da cidade. Por exemplo, um ficava com as placas do Maranhão, outro com as placas do Ceará, um outro com as placas de Pernambuco e assim por diante. No final ganhava quem tivesse mais placas do estado escolhido, era muito carro de fora todos os dias nas ruas de Campina. (RODRIGUES, fevereiro, 2016).

As condições de transporte para Campina Grande, na década de 1950, facilitam sua função centralizadora de cidade-polo. A cidade é servida por rodovia estadual com início em Cabedelo e término em Cajazeiras. O município e a sede

¹⁵ Emissora que pertencia ao senador Epitácio Pessoa Filho, o “Epitacinho”, como era chamado.

são servidos pela Rede Ferroviária do Nordeste, ligando a cidade com João Pessoa, Natal e Recife.

Existe ainda o Aeroporto João Suassuna (inaugurado em 1948) com quatro voos diários para todo país, das Companhias Real Aerovias, Aeronorte Nacional e Lóide Áereo. Segundo dados do IBGE do Recenseamento Geral de 1950¹⁶, Campina Grande apresenta uma população de 173 mil, 206 habitantes e a capital João Pessoa 119 mil, 326 habitantes.

Dos 1.894 municípios existentes em todo país na data do Censo, apenas 12 tinham população maior que a sua. A cidade era o décimo terceiro município brasileiro, a terceira cidade do Nordeste (ficando atrás de Recife e Fortaleza) e a primeira da Paraíba.

2.3 As qualificações de Campina Grande

Outro ponto positivo para o desenvolvimento da urbe são os primeiros passos dados para a implantação de ensino superior. A cidade já possuía bons colégios para o ensino médio, sendo referência de estudos para muitos jovens de famílias mais abastadas da região, como lembra o professor aposentado, Naughton Rocha: “toda família rica que tinha mais condições, mandavam seus filhos estudar em Campina Grande”, agora reivindicava o ensino superior.

No princípio da década de 1950 os filhos das famílias ricas de Campina Grande que já cursavam o ensino superior, estudavam nas faculdades do Recife. O meio de transporte destes estudantes era o trem porque as estradas de rodagem da época não ofereciam boas condições. Por causa da distância entre as duas cidades e a baixa velocidade das locomotivas, uma viagem de trem durava quase um dia inteiro. Para mudar esta realidade, um grupo de estudantes campinenses que estudava no Recife inicia uma campanha através da União Universitária Campinense para a instalação de cursos superiores em Campina Grande.

O movimento dos estudantes foi vitorioso em seu pleito: “A campanha da União Universitária Campinense, sob a liderança de Edvaldo do Ó, foi um precioso elemento, como pano de fundo, para a criação da Escola Politécnica da Paraíba,

¹⁶ Publicados no volume XVII da Enciclopédia dos Municípios Brasileiros de 1960.

posto que, ao mobilizar a sociedade, deu a reivindicação o respaldo popular necessário à vitória do pleito” (LIMA, 2010, p.128)

A criação da Escola Politécnica da Paraíba, em 1952, pelo governador José Américo de Almeida, a partir da mobilização do grupo fundador, a Politécnica seria a principal alavanca que iria transformar Campina Grande, no futuro, em um importante polo educacional do Nordeste. O primeiro curso oferecido pela Poli foi o de Engenharia Civil. Alguns professores e formados pela Escola foram responsáveis pela criação de empresas que influenciaram o desenvolvimento da cidade.

Para Lima (2010, p.114), a implantação do ensino superior na cidade, tem uma explicação.

As duas principais cidades do Estado da Paraíba, João Pessoa e Campina Grande, guardam características próprias que as tornam bastante diferentes. Campina Grande, sede de inúmeras empresas industriais, assim como de bancos privados, tem uma florescente elite comercial e financeira capaz de perceber a necessidade de assimilar os avanços científicos e tecnológicos como forma de aquisição e exercício de poder. João Pessoa conhece uma elite política formada por grandes proprietários fundiários, funcionários públicos graduados e uma classe média formada por profissionais liberais associados à elite rural, que constitui a burocracia estatal.

Em 1957¹⁷ o município recebeu a medalha da primeira Menção Honrosa entre as dez comunas brasileiras de maior progresso, em concurso promovido pelo Instituto Brasileiro de Administração Municipal em cooperação com o governo dos Estados Unidos e a revista *O Cruzeiro*¹⁸. Campina Grande se destacava no cenário nacional como referência de desenvolvimento e progresso na região nordestina.

É o que relata Melo (1958) citado por Oliveira (2007).

As amplas avenidas e praças que se atravessam têm o ar das coisas novas que apagam traços do passado, emprestando à paisagem citadina uma note de vitalidade e rejuvenescimento. A enorme vitalidade de Campina Grande concretizada pelo seu notável crescimento, se reflete também no movimento de suas ruas e na atividade de sua população.

As ruas vão ter à saída da cidade, as do comércio atacadista e mesmo o seu centro comercial, impressionam pelo movimento de

¹⁷ Enciclopédia dos Municípios Brasileiros. IBGE: Rio de Janeiro, Vol. XVII, 1960.

¹⁸ Principal revista dos Diários e Emissoras Associados **O Cruzeiro** começou a circular em 1928 e durante mais de três décadas foi a mais importante revista semanal brasileira. Segundo dados do IVC (Instituto Verificador de Circulação) a revista **O Cruzeiro**, durante o seu auge, vendia 1 milhão de exemplares por semana.

pedestres e de veículos de depósitos, firmas atacadistas, fica substanciada, também sua grande importância comercial.

Foi neste contexto que se instalou a primeira emissora de televisão da Paraíba, a quinta do Nordeste e a primeira do interior do Norte-Nordeste¹⁹. A televisão Borborema de Campina Grande, como veremos a seguir.

¹⁹ A primeira televisão do interior da América Latina foi a TV Bauru de São Paulo inaugurada no dia 01 de agosto de 1960.

2.4 A TELEVISÃO NO BRASIL

Após o início das transmissões nos países desenvolvidos, que ocorreu a partir de 1949, a televisão chegou ao Brasil, tornando o país o quarto do mundo a transmitir imagens de televisão. As primeiras emissoras foram instaladas na Inglaterra, França e Estados Unidos, respectivamente. De acordo com Sergio Matos (2008, p. 51):

O sistema brasileiro de radiodifusão é considerado um serviço público e as empresas que o integram sempre estiveram sob controle governamental direto, uma vez que o Executivo era quem detinha, até 5 de outubro de 1988, data da promulgação da Constituição brasileira em vigor, o direito de conceder e cassar licença e permissão para uso de frequências de rádio ou televisão.

Mas as primeiras emissoras instaladas no Brasil não precisaram de autorizações governamentais porque não existia legislação regulamentadora na época.

2.5 A Tv Tupi de Chateaubriand

“Uma máquina que dá asas à fantasia mais caprichosa e poderá juntar os grupos humanos mais afastados. A mais subversiva máquina de influir na opinião pública” assim falou no discurso de inauguração da primeira televisão brasileira, o maior magnata da imprensa nacional da época, Assis Chateaubriand.

A televisão começou no Brasil sob o signo do imprevisto. Tudo estava planejado para se fazer a transmissão inicial com três câmeras, mas, em cima da hora, uma das câmeras quebrou, como conta Barbosa (2010, p. 18):

No dia 18 de setembro de 1950, a cerimônia de inauguração, ainda sem ser transmitida, começa as cinco da tarde. Às sete horas descobre-se um defeito em uma das três câmeras, o que faz com que o show inaugural só começasse a ser transmitido após as oito horas

No final deu tudo certo. E este imprevisto já rondava o empreendimento antes da entrada no ar da novidade tecnológica. Faltando poucos dias para a inauguração

da TV Tupi um técnico americano que veio montar a estação, alertou para o fato de que não existia nenhum aparelho receptor na cidade de São Paulo para captar as imagens.

De acordo com Barbosa (2010, p. 19-20),

Segundo as versões apresentadas para o fato, foi um desses técnicos, Walther Obermuller, que descobriu que não havia nenhum televisor em todo território nacional para captar as imagens, o que fez com que Chateaubriand contrabandeasse os duzentos receptores e os espalhasse pelos bares e lojas de São Paulo.

O primeiro programa transmitido pela TV Tupi Difusora de São Paulo, canal 5, foi o “Tv na Taba”, apresentado por Homero Silva, com as participações de Lima Duarte, Hebe Camargo, Mazzaropi e Ivon Curi.

Nos primeiros vinte anos, a programação da televisão brasileira era fortemente ocupada pela presença de “enlatados”, produções estrangeiras – em sua maioria, *Made in USA* – que eram exibidas no horário nobre²⁰. Mas esta dependência das produções estrangeiras deixou de existir quando as produções nacionais (notadamente as telenovelas) foram se qualificando técnica e artisticamente, substituindo os “enlatados” nos horários de maior audiência e conquistando a preferência do público.

Lee (1980) citado por Mattos (2008, p. 70) diz que “as audiências dos países terceiro-mundistas preferem os programas produzidos localmente”. Desde início das transmissões percebeu-se que o patrocínio dos anunciantes, via agências de publicidade, era fundamental para a manutenção e sobrevivência de um empreendimento tão vultoso. De acordo com Mattos (*idem, ibidem*),

Desde seu início, a televisão brasileira se caracterizou como veículo publicitário, seguindo o modelo comercial norte-americano(...) nos primeiros anos, os patrocinadores determinavam os programas que deveriam ser produzidos e veiculados, além de contratar diretamente os artistas e produtores.

Assis Chateaubriand, no discurso de inauguração da primeira emissora de televisão do Brasil, destacou a importância dos anunciantes.

²⁰ Horário de maior audiência das televisões. O horário nobre começa às 19 horas e vai até às 22 horas.

O empreendimento da televisão no Brasil, em primeiro lugar, devemos-lo a quatro organizações que, logo, desde 1946, se uniram aos Rádios e Diários Associados para estudá-lo e possibilitá-lo neste país. Foram a Companhia Antarctica Paulista, a Sul América Seguros de vida e suas subsidiárias, o Moinho Santista e a Organização Francisco Pignatari²¹

O discurso revela que Chateaubriand já pensava em instalar uma emissora de televisão no país, desde a década de 1940.

Instalada a emissora a sombra do imprevisto e da falta de experiência com o novo veículo, comprometia os primeiros dias da estação pioneira da América Latina. Diferentemente da televisão norte-americana, que recrutou seus primeiros profissionais em Hollywood, pela experiência que eles tinham com o audiovisual; a televisão brasileira foi buscar os seus primeiros profissionais no rádio.

O escritor e jornalista Fernando Morais, no seu livro, *Chatô – o rei do Brasil* -, relata um pouco desse imprevisto e falta de experiência com o meio falando sobre o principal diretor artístico da emissora, em seus primeiros tempos, Cassiano Gabus Mendes.

A inexperiência de Cassiano Gabus Mendes não era uma exceção entre os responsáveis pela implantação da tv no Brasil: salvo um ou outro que tivera algum convívio superficial com o incipiente cinema brasileiro, eram todos egressos do rádio. E tão pouco havia onde copiar um modelo de sucesso, pois naquele ano só três canais de televisão funcionavam no mundo: um na Inglaterra, um na França e um nos Estados Unidos. Por ser o único canal comercial dos três, o norte-americano NBC (associada à RCA Victor), era o que mais se aproximava do que se pretendia fazer no Brasil (MORAIS, 1994, p. 488).

Quando a televisão iniciou suas transmissões no Brasil, 75% da população do país vivia na zona rural e apenas 25% na zona urbana. Mas este panorama começava a mudar. A crescente industrialização do país ocorrida no segundo governo de Getúlio Vargas (1950-1954), provocou um aumento na migração das áreas rurais para as urbanas.

Nesta época o rádio era o principal meio de informação das populações. Mesmo com as dificuldades do pioneirismo, a televisão se expandiu rapidamente pelo Brasil. De 1955 a 1961, são inauguradas 21 novas emissoras nas principais cidades do país.

²¹ http://portalimprensa.com.br/tv60anos/anos50_50_09_18_texto.asp.

2.6 A TELEVISÃO NO NORDESTE

A televisão chegou ao Nordeste com atraso, em relação a São Paulo e o Rio de Janeiro. Dez anos depois de instaladas as primeiras emissoras no Sul-Sudeste, a novidade começa a ser montada por aqui.

O estado pioneiro foi Pernambuco que teve duas emissoras – as primeiras do Nordeste-inauguradas em 1960. A TV Rádio Clube, canal 6, dos Associados entrou no ar de forma improvisada, como era costume nos Associados, no dia 4 de junho de 1960. A pressa dos Associados para superar o pioneirismo dos concorrentes quase termina em tragédia como narra Jorge José B. Santana, pioneiro da tv pernambucana. “Durante a primeira transmissão, ocorreu um problema técnico que provocou um incêndio no estúdio. A TV Rádio Clube ficou fora do ar por mais de uma hora”, relembra Santana (2007, p. 9).

Antes da instalação da TV Rádio Clube, os Associados já dominavam as comunicações em Pernambuco. Estavam presentes em Recife com o jornal líder, *Diário de Pernambuco*, e duas emissoras de rádio: a Rádio Clube de Pernambuco²² e a Rádio Tamandaré.

A escolha de Pernambuco e da cidade do Recife para sediar a primeira emissora dos Associados no Nordeste, foi estratégica. Além do fato de já possuir empreendimentos no Estado (um jornal e duas emissoras de rádio) que poderiam alavancar a empreitada (como de fato fizeram divulgando à exaustão a chegada da novidade eletrônica), contava com o contexto de desenvolvimento resultante do governo de Juscelino Kubitschek em 1960 o Estado estava retomando o seu desenvolvimento, principalmente com a abertura da SUDENE em 1959. Como empreendedor visionário das oportunidades, Assis Chateaubriand percebeu o bom desempenho econômico que Pernambuco vivenciava naquele momento.

De acordo com Mattos (2002, p. 27), “é bom lembrar que, durante os anos cinquenta e sessenta, o conceito de desenvolvimento era centrado no crescimento econômico e a industrialização considerada como o principal fator de desenvolvimento”.

²² A primeira emissora de rádio do Brasil, inaugurada em 1919 e atualmente pertencente ao Sistema Globo de Rádio.

No artigo “Economia de Pernambuco: transformações recentes e perspectiva no contexto regional globalizado²³” escrito por Lima, Sicsú e Padilha, os autores relembram este momento de retomada do crescimento pernambucano:

Nos anos 1960 e 1970, com os incentivos fiscais e demais instrumentos da política regional adotada com a criação da SUDENE, a economia pernambucana consegue atrair boa parte dos projetos de investimento apoiados nesse esquema e assim atinge um patamar mais elevado de diversificação industrial, mesmo que ainda muito localizado na Região Metropolitana do Recife (LIMA; SICSÚ; PADILHA, 2007, p. 527)

Outro motivo para a instalação da TV dos Associados era a concorrência com o grupo liderado pelo empresário Fernando Pessoa de Queiroz que ameaçava o pioneirismo de Chateaubriand.

A TV Jornal do Comércio, de propriedade do empresário paraibano, radicado em Pernambuco, Fernando Pessoa de Queiroz, nascido em Umbuzeiro (mesma cidade natal de Assis Chateaubriand) era a concorrente da TV Rádio Clube. O grupo do empresário e político Pessoa de Queiroz também concorria com os Associados por meio do *Jornal do Comércio* e da emissora de rádio de mesmo nome.

Depois de apresentar uma programação experimental, no dia 4 de junho (certamente para barrar o ineditismo dos Associados que inauguraram o canal 6 naquele mesmo dia) de 1960, o canal 2 só foi inaugurado oficialmente no dia 18 de junho. De acordo com Santana (2007) o apresentador do show inaugural da TV foi Jota Silvestre, e foram distribuídos convites para autoridades e figuras expressivas da sociedade pernambucana. No convite se pedia “traje a rigor”, ou seja, “*smoking*” ou “*summer*”.

No dia seguinte, um domingo, as entradas para o auditório foram vendidas ao preço de duzentos cruzeiros, correspondentes hoje a duzentos reais, de acordo com o autor.

O empresário e político, Fernando Pessoa de Queiroz, além do canal 2, também era dono do Jornal do Comércio (concorrente mais forte do Diário de Pernambuco) e da rádio Jornal do Comércio.

Diz Santana (2007, p. 10) que

²³ http://www.bnb.gov.br/projwebren/exec/artigoRenPDF.aspx?cd_artigo_ren=1062

Em Pernambuco, a televisão deu os primeiros passos em 1960, com duas emissoras inauguradas no reduzido espaço de pouco menos de duas semanas. Cada uma buscava diversificar a programação utilizando-se de atrações ao vivo, que iam dos musicais à teledramaturgia, passando por quadros humorísticos e jornalismo. [...] Cada empresa mantinha características diferentes. Uma seguia o modelo europeu e a outra, os padrões executados nos Estados Unidos da América. Isso na forma, porque o conteúdo era produto do mesmo barro nordestino, ainda que, em alguns casos, preparado por mãos de experientes profissionais do Sudeste.

Os primeiros profissionais da televisão pernambucana foram formados na prática, principalmente os componentes da TV Rádio Clube dos Associados. A TV Jornal do Comercio teve a preocupação de enviar dois produtores para os Estados Unidos, segundo o autor, para aprender nos grandes estúdios norte-americanos como se fazia televisão. Os dois enviados eram Alberto Lopes e Amarílio Nicéas.

Uma das maiores dificuldades para a produção de programas nestes tempos pioneiros da televisão nordestina, era a precariedade técnica das emissoras. As programações eram feitas obrigatoriamente ao vivo, pois ainda não se contava na região com o videoteipe (VT), um equipamento que veio revolucionar a produção em televisão minimizando custos e dando celeridade às produções. O VT também permitia a distribuição dos programas para outras emissoras quando ainda não havia as transmissões via satélite.

De acordo com Santana (2007), embora a TV Rádio Clube, canal 6, já tivesse um gravador de videoteipe desde suas primeiras transmissões, os técnicos, produtores, atores e diretores preferiam fazer programas ao vivo para se livrar do estresse provocado pelo uso do VT. A máquina existente no canal 6 era antiga e tinha pertencido a TV Tupi do Rio de Janeiro, além do mais apresentava muitos defeitos. Outro problema era a duração da “cabeça do VT” (peça usada para gravar as imagens) que tinha uma autonomia de 100 horas de uso, depois desse tempo ela começava a riscar a fita produzindo uma imagem com muito ruído. Como a “cabeça de gravação do VT” custava muito caro, raramente ela era substituída. A primeira televisão de Pernambuco que comprou uma máquina de videoteipe nova, importada, foi a TV Jornal do Comércio, canal 2, que investiu 70 milhões de cruzeiros na compra do equipamento da marca Ampex.

Ainda em 1960 seriam inauguradas mais duas emissoras no Nordeste, ambas por iniciativa dos Associados: a TV Itapoã de Salvador e a TV Ceará de Fortaleza. A

TV Borborema, que iniciou as transmissões em 1963, seria a quinta emissora do Nordeste.

O primeiro sistema de comunicação de Campina Grande foi implantado pelo gaúcho de Pelotas, Jovelino Farias²⁴ que chegou à cidade em 1936, contratado para trabalhar como “cabaretier” do recém-inaugurado Cassino Eldorado, e instalou o “serviço de alto falante do gaúcho”. Na época, a comunicação publicitária era feita de forma precária pelas ruas da cidade como conta “Gaúcho”.

Em 1936 eu vim aqui para Campina Grande, não vim para montar o serviço de alto falante, não. Vim para trabalhar em outras coisas. Mas eu vi que Campina Grande cabia esse serviço de som, porque o comércio era bem desenvolvido, né, tinha muitas casas comerciais e tal, eu achei que podia botar. Então falei com os comerciantes, primeiramente, antes de fazer despesa, não é? De comprar aparelhagem e tal. Eu falei com os comerciantes que ia pôr um serviço de alto falantes para fazer propaganda comercial; porque naquele tempo, o que existia de propaganda aqui era, boletins ou senão aqueles camelôs gritando com uma corneta de flandre ou metal, na porta dos estabelecimentos. Gritando: aqui tem isso, isso aqui tem aquilo e coisa e tal, né? Eu achei que aquilo era uma coisa antiquada, e achei melhor fazer uma coisa mais decente, para atrair o povo, para o povo ir para lá, assistir programas, assistir música, e tal né? Então eu montei o serviço de alto falante lá na rua Marques do Herval. O primeiro alto falante que eu botei, um só, foi alí ao lado da Padaria das Neves (hoje extinta) na rua Marques do Herval. E depois, eu estendi lá para Maciel Pinheiro, depois eu botei lá em cima onde hoje é o Esial²⁵ que não era o Esial, era uma casa baixa alí. Foi assim que surgiu o serviço de alto falante do “Gaúcho” (AZEVEDO FILHO, 1987)²⁶.

Depois vieram “A voz da Campina Grande” e outros serviços de som concorrentes. O sistema de som do “Gaúcho” funcionou até 1942 no Edifício Esial, no Centro de Campina Grande²⁷. Alguns anos depois seria instalada a primeira emissora de rádio da cidade.

A primeira emissora de rádio de Campina Grande foi a Rádio Cariri, PRF-5, uma iniciativa do Senador Eptácio Pessoa Filho – o “Eptacinho”- filho do ex-

²⁴ Falecido em 27 de abril de 1996

²⁵ Antigo edifício do centro da cidade demolido para dar lugar ao Shopping Popular Edson Diniz

²⁶ História de Bolso da Comunicação em Campina Grande. Direção Romulo Ferreira de Azevedo Filho. Primeiro programa produzido localmente pela TV Paraíba, exibido a zero hora do dia 1 de janeiro de 1987, quando a emissora iniciou suas atividades.

²⁷ A difusora de “Gaúcho” foi transferida para o bairro de José Pinheiro funcionando até o final da década de 1980.

presidente, Eptácio Pessoa, o único paraibano até hoje a ocupar o principal cargo da República.

A emissora entrou no ar em 1949, o primeiro estúdio ficava localizado na rua Vidal de Negreiros no centro da cidade, neste local aconteceu um acidente²⁸ que provocou a mudança de endereço da Cariri. Foi transferida para o bairro de Bodocongó, funcionando em um prédio vizinho, onde hoje se localiza a igreja de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro.

Algum tempo depois de inaugurada, a emissora foi repassada para o radialista cearense, José Jataí. Mais adiante, a Cariri seria incorporada pelos Associados, passando a funcionar no Edifício São Luís, na Rua Cardoso Vieira, no Centro de Campina Grande, local onde já estava instalada a Rádio Borborema.

Antes mesmo da implantação da Rádio Cariri, Assis Chateaubriand já estava de olho em Campina Grande onde pretendia instalar uma de suas empresas. O jornalista Eptácio Soares ex-funcionário dos Diários Associados na cidade, nos relata que,

Nos primeiros anos da década de 40, já se falava em Campina Grande, que Assis Chateaubriand pretendia inaugurar um jornal da cadeia associada, nesta cidade. Entretanto, quando ele se decidiu a instalar uma de suas empresas em Campina Grande, se decidiu pelo rádio. E no dia 8 de dezembro de 1949, era inaugurada, no edifício São Luís, na Cardoso Vieira, a rádio Borborema. Depois viriam o *Diário da Borborema*, a incorporação da rádio Cariri e a televisão Borborema (AZEVEDO FILHO, 1998).

A Rádio Borborema logo conquistou os campinenses. Seus locutores, rádio-atores, apresentadores e cantores eram assediados pelos ouvintes nas ruas da cidade, como relata o jornalista Josusmá Coelho Viana, ex-funcionário da emissora e do Diário da Borborema.

Aquilo era uma loucura, nomes como Hilton Mota, Gil Gonçalves, Leonel Medeiros, Palmeira Guimarães, Eraldo César entre outros causavam um rebuliço quando caminhavam pelas ruas de Campina. O povo era apaixonado pela Borborema. Medindo as devidas proporções, era como se fosse hoje a Globo. Tinha novelas, programas de auditório, jornalismo, musicais etc. E os programas eram muito bem feitos, escritos por gente como Fernando Silveira, um cearense que fez história na radiofonia campinense.

²⁸ Um caminhão desgovernado invadiu a casa onde estava instalada a emissora, danificando os equipamentos de transmissão

Tinha também as transmissões e resenhas esportivas, esta era a minha parte na emissora, programas bem apreciados pelo público. (VIANA, março, 2016)

Líder de audiência, a rádio Borborema era disputada pelos anunciantes. Desde as primeiras transmissões a emissora era comercialmente bem-sucedida como lembra Marconi de Albuquerque Goes, ex-funcionário da rádio Borborema e ex-superintendente dos Associados na Paraíba:

A rádio Borborema sempre arrecadou muito dinheiro com a venda de seus espaços publicitários. Era impressionante a fila de anunciantes na porta do departamento comercial da emissora, lá no edifício São Luís, no centro de Campina Grande, querendo comprar espaços no horário nobre da programação. Naquele tempo o horário nobre da rádio começava às 18 horas e ia até às 22 horas.

Nos programas de auditório e nas novelas, por exemplo, a disputa dos anunciantes era maior. Muitas vezes se agendava para um, dois meses depois, a entrada de novos patrocínios porque os intervalos comerciais estavam lotados naquele momento.

Era um fenômeno. Eu acredito que isto acontecia porque o povo de Campina Grande gostava muito de ouvir rádio, prestigiava mesmo. Diferente do povo aqui de João Pessoa, da capital, tem o mar, sabe como é, outras opções de diversão (GOES, abril, 2016).

Em entrevista ao jornalista Ronaldo Dinoá, do *Diário da Borborema*, republicada no livro *Memórias de Campina Grade*, editado em 1993, o radialista Hilton Mota, ex-integrante do *cast* da Borborema e que chegou ao cargo de Superintendente do Norte/Nordeste dos Diários e Emissoras Associados, confirma essa popularidade da emissora.

Durante todos os anos 50 e em grande parte dos anos 60, os programas de auditório da rádio Borborema fizeram um sucesso estupendo. Todas as noites, as filas eram enormes, o auditório ficava superlotado. Muita gente tinha cadeiras cativas...as pessoas compareciam todas as noites para assistir aos programas, que eram variados e divertidos (DINOÁ, 1993, p.347)

Em 1950 Campina Grande tinha três emissoras de rádio: Cariri, Borborema e Caturité. As duas primeiras pertenciam aos Diários Associados e a terceira era de propriedade (na época) da Diocese de Campina Grande. As três emissoras estavam bem presentes na vida dos campinenses.

Praticamente tudo que aconteceu de relevante na cidade após 1949, contou com a presença de um repórter das rádios cariri, Borborema e Caturité; desde Réveillon de um ano até as festividades natalinas do ano seguinte. As rádios locais estimulavam os foliões a estarem presentes nos festejos carnavalescos desde os primeiros dias do mês de janeiro, divulgando as músicas que pretendiam ser sucesso no carnaval; transmitiam os passos da Procissão da Paixão de Cristo; os comícios, em anos eleitorais; a vitória dos candidatos a Prefeito; os discursos dos candidatos derrotados e suas mensagens de amor à cidade ou de decepção pela perda de tão sonhado cargo; os funerais de grandes líderes políticos locais e nacionais; os jogos e as finais das copas do mundo em que a Seleção Brasileira fracassou ou foi campeã; os jogos locais e interestaduais em que times da cidade estiveram envolvidos; os desfiles cívicos do sete de setembro e as comemorações do Dia da Cidade; bailes de debutantes, desfiles de Miss; tertúlias e outras festas nos clubes; noites de São João; além de inaugurações de agências de bancos, hospitais, maternidades, cinemas, hotéis, e mesmo bares e restaurantes” (SOUZA, 2006, pp.19-20).

Em 1960, além das três emissoras de rádio, Campina Grande contava ainda com o *Diário da Borborema*, naquela ocasião o único jornal impresso da cidade pertencente aos Associados. É neste ano que a televisão chega até Campina Grande através das imagens das duas emissoras pioneiras do Nordeste, a TV Rádio Clube, canal 6 – dos Associados – e a TV Jornal do Comércio, canal 2 – pertencente ao empresário e político Fernando Pessoa de Queiroz.

As duas emissoras pioneiras da região, estavam instaladas na cidade de Recife e entraram no ar em 1960. As imagens chegavam até Campina Grande através de repetidoras colocadas no município de Pedras de Fogo.

Apesar da distância entre Campina Grande e Recife e a precariedade técnica daqueles tempos pioneiros, som e imagem eram captados com razoável qualidade nos poucos televisores existentes na cidade. O preço alto dos receptores impedia o acesso à novidade para uma grande faixa da população que não tinha poder aquisitivo para comprar o aparelho. É nesta época que surge a figura do “televizinho” o espectador que “pegava uma carona” na casa de quem tinha um televisor. Muita gente levava cadeiras de casa para se acomodar melhor na casa do vizinho proprietário do televisor. O dono da casa recebia aquela multidão satisfeito, afinal, a aquisição de um televisor era sinônimo de *status* social.

Sou testemunha destes tempos pioneiros da televisão em Campina Grande, e lembro da casa do “Doutor Vilmar” um dentista já falecido que morava na rua Desembargador Trindade, no centro de Campina. Era o ano de 1960, o doutor

Vilmar foi um dos primeiros a comprar um televisor em Campina Grande. A partir das 19 horas, horário em que começavam as transmissões televisivas, as pessoas iam chegando a se acomodando, primeiro na sala, quando lotava as pessoas ficavam no terraço olhando curiosos para aquela telinha pequena mas de intensa luminosidade. Para muitos era como se fosse “quase um cinema em casa”.

Em entrevista a Silvia Tavares da Silva (2009) o ex-vereador Mário Araújo (*in memoriam*) lembrou de seu tempo como “televizinho”.

Eu fui televisinho durante algum tempo, eu morava em frente à Estação Rodoviária²⁹ e à noite eu ia sempre para casa de meu amigo, meu vizinho, uma pessoa excepcional que foi diretor da Recebedoria de Renda de Campina Grande, um autodidata, um homem que gostava de literatura e de tudo e foi um dos pioneiros na compra de televisão em Campina. Eu era vizinho dele e passei de oito a dez anos vendo a televisão do senhor João Cunha Lima, por sinal tio do doutor Ronaldo Cunha Lima e uma das grandes figuras dessa cidade (SILVA, 2008, p.98)

Em outra entrevista a autora, o senhor Edilson Alves lembra como era receber os “televizinhos” em casa.

(...) no terraço da casa eram colocadas cadeiras como se fosse um cinema, vinham 15, 20 pessoas para assistir novelas, filmes. Na hora da novela enchia o terraço, a vizinhança toda vinha (...) o pessoal não tinha televisão, lá era como se fosse um ponto de encontro para assistir televisão. (SILVA, 2008, p.99)

Nesta época de transmissões iniciais da televisão nordestina, a precariedade técnica era latente, principalmente quando o assunto era transmissões para longas distâncias. As primeiras imagens vistas em Campina Grande eram geradas em Pernambuco.

Por exemplo, as pessoas estavam assistindo a um programa e, de repente, passava um carro na frente da casa onde estava o televisor. A vibração do motor do veículo interferia na antena receptora colocada em cima da casa, e a imagem sumia do ar só retornando depois que passava o carro.

A chegada das imagens das televisões pernambucanas em Campina Grande, nos primeiros anos da década de 1960, foi alterando aos poucos o cenário urbano da cidade, pois algumas (poucas) casas ostentavam em seus telhados, vistosas antenas receptoras de imagens televisivas.

²⁹ Antiga estação, localizada na rua Tavares Cavalcante, no centro de Campina Grande.

As antenas por si só, passaram a ser um artefato simbólico de status, o que provocou alguns comportamentos um tanto curiosos, como o de adquirir a antena muito antes da aquisição do aparelho (...) Um emaranhado de metal suspenso em cima das casas propiciava não só uma melhor qualidade para as televisões, como também despertava a vaidade dos seus donos pelo destaque social que isso representava na época (SILVA,2008, p.71)

Foi ainda nos primeiros anos da década de 1960, que o jornal dos Associados, *Diário da Borborema* em sua edição do domingo, dia 3 de dezembro de 1961, na página 8, falou pela primeira vez sobre a futura instalação em Campina Grande da televisão Borborema.

A matéria falava sobre a presença em Campina Grande do técnico tcheco, Jean Paul Dodin, da TV Tupi do Rio de Janeiro, que estava na cidade para fazer os primeiros levantamentos técnicos para instalação da emissora. Dizia ainda o texto, que a televisão Borborema seria uma emissora autônoma com programação própria. O técnico Jean Dodin escolheu o último andar do Edifício Rique, naquela ocasião, o mais alto de Campina localizado no centro da cidade, para instalação das antenas transmissoras. A emissora também seria instalada ali no andar vazado do edifício.

Em setembro de 1963, o professor aposentado Naughton Rocha, era recepcionista do Rique Palace Hotel instalado no mesmo edifício onde seria montada a emissora. Ele recorda da presença dos técnicos na montagem da emissora:

Quando a TV Borborema começou, vinha muita gente do sul para fazer a parte técnica. Esse pessoal todo ficava hospedado no Rique. Tinha um engenheiro tcheco – ele era bem alto – que era da Tupi do Rio de Janeiro, era ele quem comandava tudo. Tinha também um técnico do Recife que gostava de tomar um conhaque no balcão da recepção, de madrugada, e ficar conversando. Isso acontecia depois que ele terminava o trabalho dele, muitas vezes os testes iam até tarde da noite. A TV ficava no andar vazado e ele descia para o térreo onde ficava a recepção, para conversar. Ele reclamava muito das condições climáticas da cidade, naquele tempo chovia muito em Campina e ele dizia que o tempo chuvoso era prejudicial para as transmissões de TV. Outra reclamação que ele fazia era pela inexperiência dos profissionais locais que estavam trabalhando na implantação da emissora, e a precariedade das instalações (NAUGHTON ROCHA, março, 2016).

Quatro dias depois do anúncio da presença do técnico na cidade, o *Diário da Borborema* anuncia em sua edição do dia 7 de dezembro de 1961, na página 8³⁰, com fotografia dos equipamentos, a chegada dos transmissores da emissora em Campina Grande. Ia começar a TV Borborema.

³⁰ Era a página dedicada as notícias locais. As notícias nacionais e internacionais apareciam em destaque na primeira página

CAPÍTULO III

A TELEVISÃO BORBOREMA

“Vem aí a TV Borborema – Canal 3 Para o orgulho de toda Paraíba”. Este título apareceu na edição do *Diário da Borborema*, do dia 27 de dezembro de 1961 anunciando a grande novidade.

Alguns anos antes de Campina Grande sonhar com sua estação de televisão, a capital João Pessoa já tinha visto uma transmissão televisiva feita por lá mesmo. Isto aconteceu em 1954 quando Assis Chateaubriand, então candidato pela Paraíba, fazia campanha tentando a reeleição para o Senado Federal (foi vitorioso). É o que conta Fernando Morais na biografia *Chatô- O Rei do Brasil*.

Na véspera de sua chegada a João Pessoa, desembarcaram de um avião originário de São Paulo caixotes e mais caixotes enormes que foram levados para a casa de Drault [Ernany]. O segredo sobre o conteúdo daqueles volumes deixou a cidade sob um clima de enorme excitação. O que haveria ali? (...) O mistério começou a se desfazer na noite seguinte, quando cinco aparelhos de televisão foram colocados em pontos estratégicos da cidade e uma câmera foi instalada diante do palanque onde Chateaubriand faria seu discurso de despedida da campanha. Às oito horas da noite, as fortes luzes dos refletores colocados em frente ao palanque se acenderam e, quando Chateaubriand (...) começou a falar, o milagre se deu: João Pessoa era a terceira cidade do Brasil a ver a televisão funcionando (MORAIS,1994, p.511)³¹.

Foi durante esta campanha para o Senado, que Chateaubriand prometeu aos paraibanos instalar uma emissora de televisão no Estado, não disse em qual cidade seria. Depois ele se decidiu por Campina Grande.

Segundo Simões (1990, p. 46), “Chateaubriand queria expandir a televisão pelo país, e, em 1956, ele encomenda mais quatro transmissores a RCA norte-americana para instalação de emissoras em Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife e Campina Grande”.

Em conversa informal conosco, o radialista Hilton Mota (*in memoriam*) que chegou a ocupar o cargo de superintendente dos Diários e Emissoras Associados no

³¹ Depois da capital João Pessoa, a segunda cidade paraibana que viu uma transmissão de televisão naquele distante 1952, foi Campina Grande. Ainda na campanha para o Senado, Chateaubriand trouxe o equipamento para a Serra da Borborema e fez uma demonstração pública durante um comício na Praça da Bandeira no centro da cidade. Desta forma, Campina Grande foi a quarta cidade brasileira que viu uma transmissão pioneira de televisão, depois de São Paulo, Rio de Janeiro e João Pessoa.

Norte/Nordeste, contou que quando Chateaubriand anunciou na reunião dos condôminos associados, no Rio de Janeiro, que ia instalar uma emissora de televisão em Campina Grande, no interior da Paraíba, os protestos foram unânimes pois para eles a cidade deveria ser “um fim de mundo”. Para acalmar os ânimos e justificar sua escolha, Chateaubriand teria batido na mesa e dito: “vocês não sabem de nada, Campina Grande é a Chicago do sertão!”

E os dados econômicos, políticos, culturais e sociais ostentados por Campina Grande a partir de 1950, como vimos anteriormente, corroboravam esta assertiva. Para os Associados, que já contavam com duas emissoras de rádio e um jornal em Campina Grande, a televisão Borborema ampliava o poder de comunicação do grupo em toda região.

Segundo Silva (2009, p. 45),

A televisão, que se anunciava como um meio de transformação radical dos meios de comunicação, veio completar esse quadro de empreendedorismo do grupo dos Associados, mesmo que para tal investimento o apoio e o interesse de uma elite social tivesse sido de fundamental importância para a concretização do projeto.

O radialista Hilton Mota (*in memoriam*), um dos principais entusiastas do projeto televisivo dos Associados, em entrevista gravada em dezembro de 1986, para o documentário “História de Bolso da Comunicação em Campina Grande”, dirigido por mim, afirma que a,

Televisão em Campina Grande surgiu pioneira, absolutamente pioneira, sob a inspiração de Assis Chateaubriand, mas principalmente com o apoio de um grupo de campinenses, entre os quais podemos citar Newton Rique, de saudosa memória, e outros campinenses entusiasmados com o desenvolvimento e o progresso de Campina Grande, que naquela ocasião representava, nada mais nada menos, do que o décimo terceiro município do Brasil, em importância e na frente de várias capitais. Dez ou doze capitais estavam abaixo de Campina Grande, em importância econômica, financeira. De modo que sob este desafio e sob a inspiração de Assis Chateaubriand, nós tomamos a iniciativa de criarmos uma estação de televisão em Campina Grande. Naquele tempo nem sequer existia ainda o Código Brasileiro de Telecomunicações, era uma comissão técnica de rádio quem dava o parecer. E a televisão foi instalada aqui do mesmo modo como foram instaladas as televisões anteriores de São Paulo, do Rio de Janeiro, de modo irregular. Mesmo assim a televisão foi para o ar e durante muitos anos Campina Grande teve televisão na frente de muitas capitais desse país.

A televisão foi o fruto do trabalho, da inspiração, do amor, de um grupo de campinenses, entre os quais eu me orgulho de ter pertencido e ainda pertencer; e foi por este amor à Campina Grande que nós levamos a idéia de instalar uma televisão (AZEVEDO FILHO, 1987).

O grupo de “campinenses apaixonados pela cidade” citado por Mota, era na verdade a elite política e econômica de Campina, essa elite via a televisão como um símbolo de modernidade e forte instrumento de domínio e poder. Um destes “apaixonados” era o empresário e político Newton Vieira Rique, dono do Banco Industrial, que tinha pretensões de se eleger à prefeitura da cidade³². Foi candidato em 1959 e perdeu a eleição para Severino Cabral. E, em 1963, ano das primeiras transmissões da TV Borborema, ele era mais uma vez candidato, trazendo desta vez o mote da modernidade através da industrialização, e a televisão era um desses empreendimentos modernos que iriam impulsionar mais ainda a cidade de Campina Grande.

Rique estava tão entusiasmado com o projeto de instalação de uma emissora de televisão na cidade, que cedeu o andar vazado do Edifício Rique de propriedade dele, para sede da emissora. Até hoje a TV Borborema funciona no mesmo local.

Segundo Fernando Luiz Alves Barroso (1996, p. 35) para as elites interessadas na chegada da emissora: “a TV Borborema emergia como o poder institucional de veicular a mensagem de desenvolvimento econômico e social promovido pela via da industrialização”, e complementa: “o papel da emissora era simbolizar a cidade, ser o seu veículo de comunicação; comunicação da ousadia, da coragem, do arrojo, do pioneirismo da terra de Campina Grande, de suas elites políticas e econômicas, e de seu povo”

A primeira iniciativa dos Associados para conquistar a população campinense foi o lançamento de ações da emissora que custavam bem barato e poderiam ser compradas por qualquer pessoa. No dia 3 de janeiro de 1962, o *Diário da Borborema* trazia o seguinte anúncio: ‘Não basta elogiar, tem que participar! Compre as suas ações da televisão Borborema e ajude este empreendimento que será um orgulho para a Paraíba’.

No dia seguinte, dia 4 de janeiro, o jornal trazia uma matéria com este título: “Televisão é fator de progresso, e Campina Grande está de parabéns”.

³² Newton Rique foi eleito prefeito e logo nos primeiros dias de governo foi cassado pelo Regime Militar.

Desde o primeiro anúncio da instalação da TV Borborema, o jornal Associado sempre incentivou o empreendimento através de reportagens, entrevistas com autoridades, notas, anúncios publicitários etc. O marketing agressivo do jornal foi fundamental para o sucesso da promoção da venda de ações. Era comum aparecer no jornal, em destaque, anúncios como este: “prestigie e apóie a TV Borborema, ela virá para lhe prestigiar e apoiar”.

Silva (2009, p. 46) destaca que

Com a ideia de se implantar a primeira emissora de televisão da Paraíba em Campina Grande, a cidade passou a respirar um ar de progresso tão propagado pelo entusiasmo de grupos da elite local que passaram a refletir esse entusiasmo para os demais campinenses, a partir de uma investida discursiva proferida principalmente através de matérias, notas, que traziam variadas informações sobre o que era televisão e o que ela representaria para a cidade e para o estado naquele momento.

A divulgação da emissora era reforçada regionalmente pelo *Diário de Pernambuco*, o jornal líder do Nordeste, que também publicava com regularidade, matérias sobre o empreendimento dos Associados na Paraíba.

Era uma prática dos associados usar os outros veículos do grupo (emissoras de rádio e jornais) para promover as estações de televisão que estavam sendo instaladas em todo país. Onde tinha uma estação de rádio e, principalmente, um jornal dos Associados, a promoção do empreendimento estava garantida. Assim foi desde a implantação da pioneira TV Tupi de São Paulo, como explica Simões (1986, p. 18).

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

O *Diário da Borborema* foi o grande divulgador da TV Borborema: antes, durante e depois da instalação da emissora. Além da publicação diária da programação, na primeira página do jornal – quando a emissora entrou regularmente no ar, a partir do dia 15 de setembro de 1963 - ainda existia uma coluna específica para contar sobre os bastidores do rádio e principalmente da televisão.

E no dia 9 de janeiro de 1962, o *Diário* estampava em sua primeira página:

Campinense: campina grande, décimo terceiro município brasileiro, será a primeira cidade do interior nordestino que receberá uma estação de televisão. E muitas foram as cidades que reivindicaram tal benefício. A decisão de prestigiar Campina Grande, teve o objetivo de prestigiar o espírito dinâmico do seu povo; o objetivo primordial de lhe prestigiar (DB, 9 de jan. 1962, p. 1).

Para mostrar a face “popular/social” do empreendimento, a edição do *Diário da Borborema*, do dia 12 de janeiro de 1962, trazia uma entrevista com o líder sindical, Paulo Teixeira, com o seguinte título: “TV Borborema dará a Campina feição nova e atraente”. Na entrevista o líder sindical afirmava que

Uma empresa desse tipo, deve ser orientada por quem não deseja, apenas, o acúmulo de capital, mas também algo no sentido de colaborar com todas as classes sociais, dando-lhes oportunidades de expor as suas idéias, principalmente aquelas que sirvam de esclarecimento ao público (DB, 12 jan. 1962, p. 8).

Depois da entrevista do líder sindical, a matéria reafirmava a necessidade da participação popular – através da compra de ações da emissora- dizendo ser seu “propósito inicial é fazer que o maior número de pessoas possa participar da iniciativa, pois o que se deseja é que toda a cidade e os municípios vizinhos se sintam coparticipantes do empreendimento de tanto realce” (*Idem*, p. 8).

Em 13 de janeiro de 1961, o *Diário da Borborema* noticiava que o governador Pedro Gondim iria participar da “Comissão Incorporadora da TV” que seria responsável pela venda das ações da emissora. O governador declinou do convite, alegando outros compromissos inerentes ao cargo.

Na edição do dia 17 de janeiro, o jornal trazia em manchete: “TV Borborema merece o apoio unânime de toda cidade”, e apresentava uma entrevista com Alfredo Duarte, então presidente da junta de conciliação e julgamento, na qual o entrevistado afirmava: “O empreendimento é notável para uma cidade como

Campina Grande, em fase de progresso irreversível. Traz um poderoso poder de sugestão capaz de animar outras realizações do mesmo porte” (p. 8).

E foi nas páginas do *Diário*, edição do dia 19 de janeiro de 1962, que saiu o anúncio oficial do lançamento das vendas das ações da TV Borborema, vendas que seriam feitas por corretores autorizados fiscalizados por uma “Comissão Incorporadora” formada por membros da elite local, econômica e pensante, para dar credibilidade às vendas. Nomes como: Newton Rique (empresário e político), José Muniz Filho (banqueiro), Francisco Alves Pereira (banqueiro e executivo da Sanbra), Antônio de Almeida Barreto (comerciante), Agostinho Veloso da Silveira (presidente da FIEP), Humberto Almeida (industrial), Noujaim Habib (cônsul do Líbano no Nordeste), João Lira Braga (comerciante), Edvaldo do Ó (empreendedor), Severino Bezerra Cabral (prefeito), João Rique (banqueiro), Vital do Rego (advogado e político), Hilton Mota (radialista), Noaldo Dantas (jornalista), Nilo Tavares e Epitácio Soares (jornalistas), formavam a comissão que era presidida pelo advogado Francisco Maria Filho.

Antes das ações começarem a ser vendidas oficialmente, uma matéria do *Diário da Borborema*, edição do dia 18 de janeiro de 1962, informava que era pretensão da Prefeitura Municipal, tão logo as vendas comesçassem, comprar mil ações da TV Borborema.

E assim foi feito, a lei que autorizou o prefeito – Severino Cabral – a subscrever as mil ações da Borborema, foi de autoria do vereador Mário Araújo. A Câmara aprovou por unanimidade.

Em Recife, o *Diário de Pernambuco*, na edição do dia 19 de janeiro de 1962, publicava em sua primeira página, uma matéria sobre o lançamento da venda das ações. No texto da matéria era informado quanto os Associados pretendiam arrecadar com as vendas para completar os investimentos do empreendimento. Com o título: “Lançamento das ações da TV Borborema hoje em Campina Grande: presença do governador Gondim” dizia a matéria,

Hoje às 20 horas, no auditório da Associação Comercial de Campina Grande, será aberta solenemente ao povo paraibano a subscrição para a compra de ações da TV Borborema, canal 3, que dentro de cinco meses, aproximadamente, será instalada naquela progressista cidade. A projetada estação de TV, segundo informou à reportagem o sr. Hilton Mota, Superintendente dos Associados na Paraíba, exigirá um capital inicial de 50 milhões de cruzeiros, dos quais 25

milhões serão subscritos pelo povo do estado-irmão. Ressaltou que esta cota poderá ser facilmente atingida “pois o povo paraibano está tomado de grande euforia pelo arrojado empreendimento”.

(...) A solenidade programada para hoje, na Associação Comercial, será presidida pelo governador Pedro Gondim e contará com a presença de altas autoridades, entre elas o sr. Severino Cabral, prefeito da cidade; industriais, representantes de entidades sindicais e todos os membros da Comissão Incorporadora (p. 1).

A matéria terminava informando que após a solenidade, seria realizado um carnaval na rua Maciel Pinheiro com as presenças de artistas do canal 6 e locais. O comando da festa era do radialista e compositor Rosil Cavalcante.

Na edição do domingo, dia 21 de janeiro de 1962, o *Diário de Pernambuco* voltava a repercutir a solenidade de lançamento das ações da TV Borborema em reportagem assinada por Ademar Martins e publicada na primeira página.

O repórter contava como tinha sido a solenidade na associação comercial e a festa popular na rua Maciel Pinheiro onde tinha sido realizado o chamado “carnaval dos associados”.

No final da matéria ele dizia que,

A TV Borborema não será apenas mais uma estação televisora associada: será, antes de tudo, uma TV de Campina Grande, do povo desta cidade, que não negou esforços para fazê-la nascer, que através da aquisição de ações tornou possível a sua instalação, a sua transformação de sonho em realidade (DB. 1962, p.8).

A partir do lançamento oficial, o *Diário da Borborema* passa a fazer uma campanha sistemática em suas páginas para convencer os campinenses a comprar as ações.

No dia 24 de janeiro de 1962, o *DB* noticiava: “Grande aceitação das ações da TV Borborema”. E o *Diário de Pernambuco* na edição do dia 25 de janeiro de 1962, fazia coro com o *Diário da Borborema*, através de uma reportagem assinada pelo correspondente Ademar Martins, que seria o primeiro apresentador de telejornal da televisão paraibana. A matéria tinha como título “Cresce o interesse em Campina Grande pela instalação da TV Borborema – canal 3” Pessoas de todas as classes sociais acorrem à direção dos Associados para subscrever as ações. Destaque-se o caso de um sapateiro, Horácio Rezende, que com sacrifício compareceu aos escritórios da Rádio Borborema para manifestar seu desejo de ser acionista da TV Borborema, canal 3, através da compra de duas ações;

O *Diário da Borborema* aproveitava o mote e bradava em suas páginas: “Qualquer um pode ser acionista da TV Borborema ajudando esse importante empreendimento. Compre a sua ação”.

Aqui o pesquisador abre um parêntese para contar uma história pessoal sobre a venda destas ações. No começo de 1962, na época da venda das ações da TV, tinha 9 anos de idade. E lembra o dia, quando o pai (*in memoriam*) chegou em casa, após o dia de trabalho (trabalhava na Recebedoria de Rendas) e abriu uma bolsa de couro que ele usava e tirou de dentro um bloco de ações da TV Borborema e disse brincando para nossa mãe e irmãos: “estamos ricos, agora somos sócios de uma televisão!”

Continuando com o seu marketing agressivo pró vendas das ações da emissora, o *Diário da Borborema*, edição do dia 4 de fevereiro de 1962, publicava matéria informando que o industrial José Carlos da Silva Júnior, dono do Café São Braz, tinha comprado um lote de ações da emissora.

Na entrevista que fizemos com o empresário José Carlos da Silva Junior, perguntamos sobre a compra destas ações da TV Borborema, mas ele disse que não lembrava de tê-las comprado, porém se o fez, foi para ajudar um empreendimento que seria um orgulho para a cidade pois muitas capitais ainda não tinham televisão.

E na edição do dia 13 de fevereiro do mesmo ano, uma matéria dizia com orgulho que um secretário da presidência da República estava visitando Campina Grande, e informou que o Presidente João Goulart tinha autorizado a compra de 100 ações da TV Borborema.

Para mostrar aos campinenses que a emissora era uma realidade, os Associados colocaram uma câmera de televisão, no tripé, na vitrine da loja *O Novo Continente* localizada na rua Maciel Pinheiro esquina com Floriano Peixoto (embaixo do prédio da Associação Comercial) ao lado da câmera um cartaz anunciava a futura televisão Borborema e pedia o apoio do povo para a sua instalação. A loja onde a câmera estava exposta ficava na principal rua comercial do centro da cidade, e, por isto, muito frequentada pelo público pois era uma das primeiras lojas de departamento da cidade.

A campanha da venda das ações, via *Diário da Borborema*, desapareceu abruptamente das páginas do jornal, ainda em 1962. Esta venda de ações da emissora nunca foi devidamente explicada aos compradores.

No segundo semestre de 1962, na página 8, o *DB* publicou um anúncio convocando “os interessados” para participação de uma reunião no auditório da Associação Comercial, para explicação sobre como seriam distribuídos os “dividendos” das ações.

A partir desta convocatória dos “acionistas” nunca mais o *Diário da Borborema* falou na venda das ações e nem informou quais foram os resultados financeiros destas vendas, nem como seria a participação dos compradores nos futuros lucros da empresa.

Vendidas as ações, a emissora seguia em ritmo acelerado na sua montagem. Além das dificuldades técnicas (os equipamentos eram bem usados, descartados pelas emissoras do Sudeste) tinha a falta de experiência do pessoal recrutado no rádio.

O pioneiro Ary Rodrigues lembra dessas dificuldades.

Quando a televisão chegou foi um alvoroço. Todo mundo curioso para ver como aquilo funcionava. Vieram os técnicos da Tupi e do canal 6 do Recife. Eu lembro de Ewerton Visco, Aldemar Paiva, Pericles Leal e outros. Eu trabalhava na rádio Borborema, e aí me chamaram para televisão. Nos Associados tinha esse negócio, você trabalhava no jornal, por exemplo, mas se a rádio ou a televisão precisasse de você, tinha que ir. E não pagavam nenhum centavo a mais. Diziam que aquilo era uma família, um ajudando o outro. Eu fazia um programa chamado “Se a cidade contasse”. Era muito simples, era uma crônica sobre algum fato do cotidiano ou alguma denúncia sobre coisas da cidade. Depois eu fui fazer um personagem cômico, um soldado da polícia trapalhão, no programa Forró de Zé Lagoa com Rosil Cavalcante (RODRIGUES, fevereiro, 2016).

Outro pioneiro, o operador de telecine Ubirajara, lembra destes tempos improvisados da instalação da emissora e suas primeiras transmissões.

Eu trabalhava no cinema Capitólio como operador. Um dia apareceu uma pessoa lá no cinema perguntando se eu não queria trabalhar na televisão. Eu perguntei: e que é que eu vou fazer lá? Aí o cara disse, passar filmes como você passa aqui. Aí eu fui. Minha função era operar os projetores de 16 milímetros do telecine [equipamento antigo usado para a exibição de filmes em televisão] e os projetores de slides que exibiam os comerciais. Ainda não tinha videoteipe, a programação era parte feita ao vivo e a outra com filmes. Era um sufoco, no intervalo comercial eu tinha que operar quatro equipamentos de uma só vez, sem deixar branco no ar. No começo

era difícil, mas depois eu peguei a prática (BARROS, março, 2016).

O anúncio da instalação da TV Borborema atraiu um grupo de publicitários de Pernambuco que aqui instalaram a primeira agência, profissional, de publicidade: a Vitória Régia Publicidade. Como conta o publicitário José Tavares, atualmente com 93 anos de idade,

Nós tínhamos visto no *Diário de Pernambuco* uma matéria sobre a instalação de uma televisão em Campina Grande. Campina Grande já tinha uma fama de cidade progressista, lá em Pernambuco, principalmente no interior. Então nós pensamos, aqui no Recife o mercado já é bem concorrido, como será lá na Paraíba? Fizemos uma sondagem e decidimos vir para cá. Nesse tempo o forte era o rádio em termos de publicidade, mas logo a televisão dominou tudo. Mas rapaz, quando a televisão Borborema começou foi uma beleza, todo mundo queria anunciar na TV. A gente passava no comércio fazendo corretagem, e os comerciantes chamavam a gente nas lojas pedindo informações sobre como anunciar na televisão. Naquele tempo só tinha filme, que era mais caro e complicado, e slides que eram bem mais baratos para fazer os anúncios. Gravava o som em um acetato, e aquela gravação ia acompanhando os slides durante a exibição. Depois vieram as produtoras e tudo ficou bem mais fácil. Para encurtar a história, posso lhe dizer que o que eu tenho na vida, que é esta casa que você está vendo, a formatura dos meus filhos e o sustento da minha família, tirei da publicidade. Principalmente em televisão (OLIVEIRA, fevereiro, 2016).

Um dos primeiros anunciantes da TV Borborema foi o empresário José Carlos da Silva Júnior, através da Indústria e Comércio José Carlos da Silva Júnior, fabricante do Café São Braz e outros produtos. Ele explica porque decidiu anunciar na emissora.

Eu sempre acreditei em publicidade, desde os tempos de José Jataí, eu sempre achei importante para as vendas, a divulgação ampla dos produtos. Eu tinha uma, assim como se diz, mentalidade moderna, e sabia que a publicidade ajudava na expansão dos negócios, na divulgação da empresa. De modo que, desde que José Jataí colocou aquela emissora ... serviço de som, ali no Edifício Esial, tinha um alto falante na Petrópolis [antiga confeitaria da cidade, hoje uma farmácia] ou era na Padaria das Neves não lembro bem, que eu anunciava nossos produtos. Depois vieram os carros de som e as emissoras de rádio. Eu já era anunciante da rádio Borborema e do jornal, então quando vieram me propor anunciar na televisão que estava começando, eu achei natural e logo me tornei um patrocinador do empreendimento (SILVA JÚNIOR, abril, 2016).

A conquista destes primeiros e importantes anunciantes, garantiram a sobrevivência da TV Borborema em seus primeiros dias, até torná-la uma emissora lucrativa.

Durante a década de 70, e até os cinco primeiros anos da década de 80, a TV Borborema foi uma emissora lucrativa do ponto de vista comercial. Houve até momentos na década de 70, que recursos da Borborema foram usados para sanar prejuízos de algumas empresas associadas (GÓES, abril, 2016).

Sem a publicidade o negócio tornava-se inviável. Segundo Mattos (2008, p.50),

a publicidade é uma das mais importantes, dinâmicas e lucrativas atividades ligadas à indústria das comunicações, porque pode influenciar, direta e indiretamente, os mais variados setores da vida socioeconômica e cultural de um país (p.61). E complementa o autor que “a televisão brasileira é fortemente dependente das verbas publicitárias, alocadas principalmente, pelas agências de publicidade”

A conquista dos anunciantes locais, pela TV Borborema, foi rápida. Logo, os principais comerciantes e industriais da cidade, já anunciavam na nova emissora. Instalada a emissora e conquistados os primeiros patrocinadores, a missão agora era colocar a estação no ar. Produzir os primeiros programas da Televisão Borborema. É o veterano da televisão Borborema, Ary Rodrigues quem conta o quanto foi difícil no início.

A maior dificuldade nossa era porque a gente nunca tinha feito televisão antes e as limitações técnicas tornavam a coisa ainda mais difícil. Para você ter uma idéia, a programação era toda feita ao vivo, pois ainda não tinha, pelo menos aqui em Campina, o videoteipe para gravar os programas. Quer dizer, se tivesse um erro no ar não tinha como esconder ia assim mesmo. Muitas vezes a gente falava sem som, aparecia à imagem, mas não tinha o áudio, era algum problema no microfone e por aí vai. Mesmo assim colocamos a emissora no ar e fizemos a programação diária com as nossas limitações” (RODRIGUES, fevereiro, 2016).

3.1 A Televisão Borborema no ar!

1963 foi um ano chave para a televisão Borborema, no ano seguinte, 1964, Campina Grande ia comemorar o seu primeiro centenário. Foi em 1963 que começaram os testes técnicos de som e imagem que colocariam a emissora

definitivamente no ar. O autor desse trabalho lembra-se que uma das primeiras imagens mostradas pela emissora, durante a sua fase experimental de testes (primeira semana de setembro de 1963), mostrava o trânsito na rua Sete de Setembro, no centro da cidade. A câmera ficava no terraço da emissora no andar vazado do edifício Rique, filmando a rua lá embaixo. De vez em quando a transmissão era interrompida e entrava a imagem do logotipo da TV com o índio símbolo da Tupi, o *curumim*. A televisão Borborema começou a transmitir imagens através do canal 3, depois foi para o canal 4 até mudar definitivamente para o canal 9.

Com a proximidade do primeiro centenário de Campina Grande, foi sugerido por Edvaldo do Ó, membro da Comissão incorporadora da TV, que a emissora fosse inaugurada no dia 11 de outubro de 63. Os associados prometeram esgotar todos os esforços para inaugurar a emissora na data sugerida. Mas apesar dos esforços não deu para inaugurar a estação naquele ano. Embora tenha entrado definitivamente no ar no dia 15 de setembro de 1963, a TV Borborema só foi oficialmente inaugurada em março de 1966.

Com a proximidade da entrada no ar da emissora, um dos entusiastas do empreendimento e também um dos principais acionistas, o empresário e político Newton Vieira Rique era candidato à prefeitura de Campina Grande naquele ano, e fazia um discurso exaltando a industrialização como principal fator de desenvolvimento e modernização da cidade. No dia 14 de agosto de 1963, o *Diário da Borborema* trazia uma entrevista com o candidato, estampando no título: “Newton afirma: ninguém deterá Campina na marcha para a industrialização”.

Chega a hora, 15 de setembro de 1963 o dia da estreia da programação local da TV Borborema. O *Diário da Borborema* daquela data, trouxe na primeira página o anúncio do primeiro programa, “Domingo Alegre”, produzido na emissora em sua fase experimental. No mesmo dia, na coluna *Imagem e Som*, do segundo caderno, o *Diário de Pernambuco* trazia a matéria “O que representa a TV Borborema”.

(...) com a inauguração da Tv Borborema, as Emissoras e Diários Associados do Brasil, essa extraordinária cadeia de divulgação do velho Capitão Assis Chateaubriand, que é representada na região pelo sr. Hilton Mota, como superintendente, colabora de maneira inofismável com o progresso dos paraibanos, ofertando ao Nordeste essa valiosa contribuição de desenvolvimento em benefício de um povo(...)

O programa inaugural trazia shows musicais com artistas locais e de Pernambuco, e ainda um desfile de penteados. O estúdio da emissora ficou lotado com as presenças de convidados – autoridades e patrocinadores – que estavam lá para ver *in loco* a histórica transmissão. Durante a sua apresentação o programa inaugural foi interrompido várias vezes por causa de problemas técnicos. Prometido para às 21 horas, o programa entrou no ar com 30 minutos de atraso. Mesmo com os imprevistos e improvisos da estreia, no final tudo deu certo e a televisão Borborema entrava definitivamente no ar.

Na terça-feira, dia 17 – o jornal não circulava as segundas-feiras – o *Diário da Borborema* trazia ampla matéria contando como tinha sido a entrada no ar da TV Borborema. No mesmo dia, o *Diário de Pernambuco* repercutiu a estreia da programação local em uma nota publicada na coluna *Imagem e Som*, do segundo caderno. A nota intitulada “Domingo Alegre” dizia que

a TV Borborema apresentou *Domingo Alegre*, programa realizado pela equipe do canal 6 com participação também de gente da terra. A produção Ewerton Visco contou também com Luiz Jacinto e Teresa Campos. Aquelas foram as primeiras experiências do mais jovem curumim da taba. Está de parabéns a cidade de Campina Grande. Mais um sucesso dos paraibanos (p.3).

No dia seguinte, a quarta-feira 18, uma matéria do *Diário da Borborema*, informava que o vereador Pedro Sabino, propôs um voto de aplauso a Chateaubriand pela entrada no ar da tv. A matéria tinha o seguinte título: “Câmara Municipal de Vereadores aplaude jornalista Assis Chateaubriand pelo cumprimento da promessa: TV Borborema”.

A matéria informa que

Na sessão de ontem da Câmara Municipal, o vereador Pedro Sabino, apoiado por vários membros daquela casa, enviou à mesa o seguinte requerimento: - Sr. Presidente, requeiro ouvido o plenário, seja inserido em Ata de nossos trabalhos, um VOTO DE APLAUSOS ao jornalista ASSIS CHATEAUBRIAND, pelo cumprimento de sua promessa feita ao povo campinense no sentido de dota-lo de uma estação de televisão, em vias de ser inaugurada através da magnífica imagem da TV Borborema já em experiência plena de êxito (p. 8).

Na edição do *Diário da Borborema*, da quinta-feira, dia 19 de setembro de 1963, aparecia pela primeira vez, na primeira página do jornal, a programação da

TV Borborema. A programação era assinada pelo diretor da emissora, Ariosto Sales.

Esta era a programação inicial da emissora:

20:00h. – Abertura

20:10 – Imagem Padrão

20:15 – Cineminha

20:30 – Tele Esportes Borborema

20:45 – Musical com Arlindo e seu conjunto

21:30 – Telejornal Borborema³³

21:40 – Divertimentos em filmes

22:00h- Encerramento

Nesta mesma edição do dia 19 de setembro, a coluna “Grand Monde” (que não tinha assinatura do colunista) repercutiu os bastidores da estreia da TV Borborema, na noite do domingo dia 15, que contou com as presenças de autoridades do município, patrocinadores do empreendimento e curiosos interessados em ver como funcionava a televisão.

Para reforçar a identidade da emissora com o povo de Campina Grande, nesta fase experimental, o *Diário da Borborema*, edição do dia 20 de setembro de 1963, publicava:

Campina Grande vem acompanhando diariamente a fase experimental da Tv Borborema, através de um bem elaborado programa que está sendo transmitido das vinte as vinte e duas horas, para todos os telespectadores da cidade (p. 8)

E para reafirmar a parceria com o povo campinense o texto dizia mais adiante,

Trata-se não há de negar, de um trabalho de cooperação entre o público e os técnicos, podendo-se mesmo dizer que o povo está participando diretamente da montagem da Tv Borborema, seguindo todos os dias os testes que são realizados, e oferecendo, sempre que considera oportuno, a sua opinião sobre esse e aquele defeito. Isso tudo leva-nos a crer que a Tv Borborema será intrinsecamente a televisão do povo de Campina Grande que já vai se acostumando, mesmo nesta fase experimental, a substituir programas e os horários de outras estações pelos programas de experiência da Tv Borborema. E não podia ser de outro modo, a Tv Borborema é um

³³ O primeiro da televisão paraibana, apresentado por Ademar Pereira – *in memoriam*.

patrimônio de Campina Grande e de seu povo, e somente a eles cabe o direito de zelar pelo seu integral aperfeiçoamento (p. 8).

Empolgada com a entrada no ar da nova emissora, a coluna informava na edição do dia 22 de setembro de 1963, que a tradicional tertúlia do Campinense Clube³⁴ seria televisionada pelo seu canal 4. Antes, na edição do dia 21 de setembro de 1963, um sábado, o *Diário da Borborema* trouxe uma matéria com o seguinte título: Chateaubriand e a TV Borborema. Dizia o texto da matéria:

A Tv Borborema é uma conquista que a Paraíba recebe através de promessa formal do jornalista Assis Chateaubriand, promessa que na época em que foi feita deixou de ter o necessário relevo devido às paixões que dominavam a conjuntura (p. 8)

Mais adiante o texto destacava que, durante a sua campanha para reeleição para o senado federal, Assis chateaubriand fez demonstrações públicas da televisão usando um equipamento portátil que transmitia seus discursos para as plateias num raio de 100 metros de alcance. Já naquela ocasião ele prometia aos paraibanos que, reeleito ou não para o senado, a televisão Borborema seria instalada tão logo fossem concluídos os planos técnicos e econômicos para a sua instalação. E concluía a matéria:

No ardor da luta partidária, muitos acreditaram que a afirmação fosse apenas uma das mais usuais promessas que se fazem as vésperas de eleições, e não deram maior importância ao seu cumprimento. Mas a promessa foi cumprida e hoje a televisão Borborema é uma realidade que orgulha todos nós paraibanos! (p. 8)

Com a TV Borborema no ar, os telespectadores de Campina Grande contavam agora com três opções de programação. Duas das emissoras pernambucanas, TV Rádio Clube (canal 6) e TV Jornal do Comércio (canal 2) que eram captadas com razoável qualidade na cidade, e a programação local do canal 4 (futuro canal 9).

Para enfrentar a concorrência das televisões do Recife que tinham melhor aparato técnico, pessoal mais capacitado e conseqüentemente uma programação mais qualificada, a TV Borborema foi ampliando a sua grade de programação apostando nas atrações locais e outras atrações vindas de fora (Recife).

³⁴ Um baile semanal que acontecia nas noites de domingo.

No domingo, dia 22 de setembro de 1963, estreia o programa de variedades *Domingo Alegre* apresentado às 20h. A estreia foi repercutida na coluna “Grand Monde” do *Diário da Borborema*, do dia 26 de setembro. Ainda em 26 de setembro, uma quinta-feira, estreia às 21h30min, o novo telejornal da emissora “Diário da Borborema na TV” substituindo o “Telejornal Borborema”. Na sexta-feira, dia 27 de setembro, mais dois novos programas: “Teresa em Bossa Nova” apresentado às 20h55min e “Você é o juiz” apresentado por Noaldo Dantas às 21h30min.

Em outubro de 1963, seis novos programas estreiam na TV Borborema: na sexta-feira, dia 4, estreia o programa “Falando de Beleza” com Clotilde Tavares³⁵ às 20h10min. No sábado dia 5, é a vez de “O eu de cada um” com Eraldo César apresentado às 20h50min. Neste programa talvez “inspirado” no programa da TV Tupi do Rio de Janeiro, “Preto no Branco” apresentado por Osvaldo Sargentelli, o entrevistador não aparecia, sua voz era ouvida em *off* fazendo as perguntas ao entrevistado que era mostrado permanentemente em close. No mesmo dia estreia, às 21h20min, uma atração de fora, o programa “Coronel Ludugério”, com Luiz Jacinto ator pernambucano que já atuava no canal 6 do Recife.

No domingo, dia 6, outra atração local, o programa “Música dos Grandes mestres” apresentado às 21h pelo maestro Alberto Kaplan. Na quinta-feira, dia 10 de outubro, véspera do aniversário de 99 anos de Campina Grande, estreia na TV Borborema o programa “Show da Cidade” apresentado às 20h50min.

Na terça-feira, dia 15, entra no ar o programa “Repórter canal 4” também apresentado às 20h50min. E, finalmente, no dia 30 de outubro entrou no ar o programa “Hora da Arte” apresentado às 21h. Neste mesmo dia 30, o *Diário da Borborema* publicou uma nota pedindo aos telespectadores do interior para dirigirem suas antenas para Campina Grande para uma melhor captação da imagem e som da TV Borborema. A nota foi publicada na página 3.

Na mesma edição um anúncio publicado no jornal informava aos leitores que a casa “A Televisão” tinha antenas próprias para captar as imagens da TV Borborema, “para pronta entrega”.

No dia 20 de outubro de 1963, um domingo, a TV Borborema fez uma programação arrojada com a primeira transmissão ao vivo da emissora, direto do

³⁵ Filha do jornalista Nilo Tavares e irmã do escritor Bráulio Tavares

local dos acontecimentos. A empreitada foi anunciada com destaque pelo *Diário da Borborema*.

A programação especial começou às 7h50min da manhã com a transmissão de um desfile escolar as margens do Açude Velho. O desfile antecipava as comemorações do primeiro centenário da cidade que seria comemorado no ano seguinte, 1964.

Depois da transmissão do desfile, por volta do meio-dia, houve um intervalo na programação ao vivo só retornando às 15h30min, com a transmissão direto do Estádio Presidente Vargas, do jogo Treze x Campinense. Foi a primeira transmissão ao vivo de uma partida de futebol, da televisão paraibana.

Encerrada a transmissão do jogo, novo intervalo na programação ao vivo só retornando às 20 horas para o encerramento com uma apresentação do Ballet do Centenário direto do estúdio da emissora no andar vazado do Edifício Rique. Na terça-feira³⁶ dia 22, o *Diário da Borborema* publicava ampla matéria sobre as primeiras transmissões, ao vivo, da TV Borborema.

Para realizar as transmissões a TV Borborema contava com uma moderna unidade de externas, que consistia em um veículo grande – parecido com um ônibus. No interior do veículo, operado por técnicos do canal 6 do Recife e auxiliares locais, tinha uma emissora completa de televisão. No começo da década de 1970, o carro de externas da TV Borborema foi levado para o Recife, para a TV Rádio Clube, e nunca mais voltou.

Chega o final de 1963 e a Borborema continua apresentando novos programas em sua grade, no dia 1 de novembro estreia o programa comédia/musical “Zé Lagoa na TV” apresentado pelo radialista e compositor Rosil Cavalcante. O nome do programa era uma referência a uma personagem já conhecida do público ouvinte campinense, o Capitão Zé Lagoa, que Rosil interpretava no programa de grande sucesso da rádio Borborema, o “Forró de Zé Lagoa” apresentado diariamente a partir das 20 horas.

No dia 12 de novembro outra estreia, o programa “A TV e a Sociedade” apresentado por Sevy Nunes às 20h10min. Sevy Nunes foi a primeira “colunista social eletrônica” da televisão paraibana. Depois dela vieram Marly Carvalho (*in*

³⁶ Lembramos que o jornal não circulava na segunda-feira.

memoriam), Celso Pereira (*in memoriam*), Glaydes Emerenciano e Graziela Emerenciano (mãe de Gladys).

Em 20 de novembro, outro programa estreia na grade da emissora, “Nordeste Alegre” apresentado por Walter Ferreira. Era um programa de variedades que entrava no ar às 21 horas. Com uma programação local já bem extensa, são comuns os problemas técnicos enfrentados pela equipe para colocar no ar todos os dias os novos programas da emissora. É bom lembrar que nesse tempo as programações eram ao vivo, ou seja, os cenários, roupas, maquiagem etc. tinham que ser feitos durante os intervalos dos programas.

No dia 25 de novembro, por exemplo, houve uma pane geral nos equipamentos de transmissão da TV Borborema e a emissora ficou fora do ar. No dia seguinte, dia 26, o *Diário da Borborema* trouxe em sua primeira página uma nota explicando os motivos técnicos da interrupção da programação e pedindo a compreensão dos telespectadores.

A partir do ano seguinte, 1964, a TV Borborema iria consolidar sua presença em Campina Grande, através da sua programação local que competia diretamente com as programações produzidas pelas emissoras de Pernambuco que tinham penetração na cidade.

O mais importante é que logo no ano seguinte da sua entrada no ar, toda programação da emissora já contava com patrocinadores empresas como a Industria e Comércio José Carlos da Silva Júnior, Costa Santos e CIA, Lojas Kenelux, Olacanti entre outros eram anunciantes da TV Borborema.

Como única emissora de Campina Grande e da Paraíba, durante 24 anos, a TV Borborema foi líder absoluta de audiência na cidade e na região. Suas imagens eram captadas na capital e em outras cidades importantes da Paraíba.

3.2 A cassação da Rede Tupi

Ao longo desses anos todos, a TV Borborema criou uma identidade muito forte com o público telespectador de Campina Grande. Durante muito tempo a emissora era conhecida como “a televisão de Campina”. Quando o governo militar cassou a Rede Tupi de Televisão, em 1980, a TV Borborema escapou da cassação

porque não se sabia ao certo a quem a emissora pertencia: era dos Associados ou era dos acionistas? Nesta dúvida jurídica a emissora ficou fora da cassação.

Para sobreviver, depois da cassação da Tupi, a TV Borborema fez contrato de afiliação com Rede Bandeirantes – ainda em 1980 – e logo depois rompeu o contrato com a rede paulista e fez contrato de afiliação com a Rede Globo (1981-1986). Depois a Globo rompeu o contrato com a TV Borborema fazendo parceria com a nova emissora de Campina Grande, a TV Paraíba³⁷. Com o rompimento da Globo, para não ficar sem programação nacional, a TV Borborema afiliou-se a Rede Manchete (hoje extinta) e em seguida com o SBT onde permanece até hoje.

Com a extinção dos Diários e Emissoras Associados em todo Brasil, a partir de 1980, a TV e a rádio Borborema foram vendidas ao grupo HAPVida de Belém do Pará, especializado na venda de planos de saúde, em 2014.

Este grupo comprou uma parte do espólio dos Associados no Nordeste – emissoras de rádio e televisão – que hoje formam o Grupo Opinião de Comunicação com empresas em Campina Grande, João Pessoa, Natal e Recife.

Os jornais Associados da Paraíba, o “Diário da Borborema” e “O Norte” foram extintos em 2012.

³⁷ Entrou no ar zero hora do dia 1 de janeiro 1987.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atuando como principal divulgadora do sistema capitalista, através das publicidades exibidas em sua programação rotineira, a televisão que no Brasil começou de forma incipiente, foi se aprimorando tecnologicamente até se transformar no principal veículo de comunicação de massa das últimas décadas. Sabemos que a internet vem conquistando aceleradamente o seu espaço neste concorrido mercado contemporâneo do audiovisual. Mas a televisão ainda é líder neste segmento atraindo milhares de telespectadores com suas programações e, em consequência, conquistando patrocínios milionários fundamentais para a manutenção do negócio. No Brasil a televisão começou de forma improvisada graças a teimosia do jornalista e empresário Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, um paraibano de Umbuzeiro que instalou em São Paulo a primeira televisão da América Latina, a pioneira TV Tupi.

Chateaubriand que era dono de um império formado por dezenas de emissoras de rádio e jornais, vislumbrou mais uma oportunidade de ampliar seu poder e riqueza.

Em 1950 quando a TV Tupi foi inaugurada, só existiam três emissoras de televisão no mundo: uma na Inglaterra, uma na França e a outra nos Estados Unidos. Depois da inauguração da TV Tupi de São Paulo, a televisão foi rapidamente se expandindo pelo Brasil principalmente através dos Diários e Emissoras Associados capitaneados por Chateaubriand.

O alvo das emissoras emergentes eram as capitais, depois de São Paulo, Rio de Janeiro, em seguida Belo Horizonte. A lógica da preferência pelas capitais para instalação das emissoras era puramente comercial/publicitária, pois a televisão precisava de audiência para poder vender os seus espaços aos anunciantes.

É bem verdade que quando a televisão começou no Brasil, apenas 75% da população nacional vivia no campo e apenas 25% nas cidades, de acordo com dados do IBGE. Mas com a política de desenvolvimento implementada por Getúlio Vargas, a partir de 1950, baseada no incentivo a indústria nacional para barrar os produtos importados que causavam dependência cultural e tecnológica, provocou um *boom* fabril nas grandes cidades criando oportunidades de emprego e fazendo

com que as pessoas fossem deixando o campo para morar nas zonas urbanas, em busca de melhores condições de sobrevivência. São estas pessoas que ao se inserirem no mercado de consumo ditado pelas demandas da cidade vão formar a base consumidora dos produtos anunciados pela televisão em seus primeiros momentos.

Com a consolidação do negócio comercial que representava a televisão, especialmente no eixo Rio-São Paulo, Chateaubriand passa a investir no negócio televisão agora no Nordeste. Dez anos depois da instalação da pioneira TV Tupi de São Paulo, em 1960, a televisão chega a região nordestina através de Pernambuco quando são inauguradas as duas primeiras emissoras do Nordeste: a TV Rádio Clube e a TV Jornal do Comércio ambas da cidade de Recife. Para Assis Chateaubriand, a escolha de Pernambuco para início da televisão nordestina também estava ligada as questões econômicas: a recém-criada SUDENE estava investindo pesado no Estado que retomava expressivamente sua economia depois da decadência do ciclo da cana-de-açúcar.

Ainda em 1960 seriam inauguradas mais duas e emissoras dos Associados no Nordeste: a TV Itapoã, de Salvador, e, a TV Ceará de Fortaleza.

A TV Borborema de Campina Grande é um caso singular na história da televisão nordestina e brasileira. O “normal” seria a emissora ter sido instalada na capital João Pessoa como era de praxe nas outras iniciativas televisivas dos Associados.

Porém, quando se decidiu por instalar uma emissora em seu estado natal, a Paraíba, Assis Chateaubriand optou por Campina Grande onde os Associados já tinham outros empreendimentos, as emissoras de rádio Cariri e Borborema e o jornal *Diário da Borborema*.

Desde sempre Chateaubriand tinha um olhar diferente para Campina Grande, cidade onde passou parte de sua adolescência antes de ir para Recife fazer o curso de Direito. Para ele, Campina Grande era a “Chicago do sertão” uma cidade dinâmica que não precisava de governos para deslanchar seu desenvolvimento, bastava apenas a coragem e determinação de seu povo para a realização de grandes empreendimentos econômicos e financeiros que projetavam a cidade pelo

Brasil. E foi com esse pensamento que Chateaubriand decidiu iniciar a televisão na Paraíba, por Campina Grande.

O extraordinário desenvolvimento vivenciado pela cidade a partir dos anos 1930, com o aumento significativo do comércio do algodão, sequenciado nas décadas seguintes pelo progressista comércio da cidade que atraía compradores de todo Norte/Nordeste, forma elementos decisivos para a escolha da cidade para sediar a primeira estação de televisão paraibana.

O excelente desempenho comercial dos empreendimentos dos Associados já existentes na cidade, as emissoras de rádio e o jornal, também pesaram na decisão da escolha da cidade para ser a pioneira de televisão na Paraíba. E não era para menos, os índices de desenvolvimento ostentados por Campina Grande superavam os índices da capital paraibana e de outras capitais importantes do país.

Segundo dados do IBGE, em 1950, Campina Grande era o décimo terceiro município brasileiro – num total de 1.894 municípios existentes na época – em importância econômica, social, cultural e financeira. A cidade também era a terceira maior do Nordeste – ficando atrás apenas de Recife e Fortaleza – e a primeira cidade da Paraíba. Foram estes indicadores do bom desempenho capitalista da cidade, que vivia o seu apogeu econômico, que chamaram a atenção do empresário Assis Chateaubriand.

Quando iniciamos a pesquisa sobre o porquê de Chateaubriand ter escolhido Campina Grande para sediar a primeira estação de televisão do Estado, alguns entrevistados disseram que tinham sido “uma questão sentimental” uma “prova de amor” a cidade. Mas verificamos que outros interesses, principalmente os de ordem econômica, estimularam o empresário na escolha da cidade.

Os altos custos da implantação de uma emissora de televisão naqueles primeiros tempos de televisão no Brasil, exigiam disposição financeira e arrojo empresarial pois os equipamentos – todos os importados, nenhum componente era fabricado no Brasil – eram caríssimos e precisavam de uma base econômica sólida para serem adquiridos. Portanto, apesar do “amor” que Chateaubriand nutria pela cidade, os argumentos econômicos/financeiros foram mais fortes para esta decisão política/empresarial.

O anúncio da instalação da emissora nos primeiros anos da década de 1960, provocou uma ebulição em Campina Grande reacendendo a chama do orgulho campinense. Aproveitando a euforia bairrista da população, pois a cidade ia ter uma emissora de televisão primeiro do que a capital, João Pessoa, os Associados provocaram o ânimo dos habitantes convocando todos para serem sócios do empreendimento através da compra de ações da televisão Borborema.

Foi esta subscrição de ações que permitiu a instalação da emissora, que, segundo informações dos Associados publicadas no Diário de Pernambuco, custou 50 milhões de cruzeiros. 25 milhões pagos pelo grupo e os outros 25 milhões captados através das ações.

Também foi fundamental o apoio de um grupo de empresários e políticos da elite campinense, destacando-se a figura do banqueiro e ex-prefeito de Campina Grande, Newton Vieira Rique, para a concretização do empreendimento pioneiro.

Durante 24 anos a televisão Borborema foi a única emissora da Paraíba, dominando a audiência e o mercado publicitário paraibano. A zero hora do dia 1 de janeiro de 1987, entrava no ar a TV Paraíba, uma iniciativa do empresário José Carlos da Silva Júnior e outros sócios. A afiliada da Rede Globo seria a segunda emissora de televisão de Campina Grande.

Pela primeira vez a televisão Borborema ia enfrentar uma concorrência direta na cidade. Bem, mas aí já é outra história...

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Elpídio. **História de Campina Grande**. Campina Grande: UFPB, 1993.
- ALMEIDA, Marco Antônio Bettine de. **Aspectos teóricos da indústria cultural e a televisão no Brasil**. 2008. [on line]. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/>
- ALVES, J. E. **As características dos Domicílios Brasileiros entre 1960 e 2000**. Textos para Discussão, n. 10, Rio de Janeiro: ENCE/IBGE, 2004.
- BARQUERO, A. V. **Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização**. Porto Alegre: Fundação de Economia e Estatística, 2001.
- BARROSO, Fernando Luís Alves. **A hora do povo na TV: análise do discurso de uma experiência popular de televisão**. Dissertação de mestrado em Sociologia Rural pela Universidade Federal de Campina Grande, 1996.
- BAZI Rogério. **TV Regional: trajetória e perspectivas**. Campinas: Alínea, 2001.
- BRASILEIRO, Maria Dilma Simões; MEDINA, Júlio César C.; CORIOLANO, Luiza Neide (organizadores). **Turismo, Cultura e Desenvolvimento**. Campina Grande: EDUEPB, 2012.
- CARDOSO, Maria Francisca Thereza C. **Campina Grande e sua função como capital regional**. Rio de Janeiro: Revista Brasileira de Geografia, ano XXV, número IV, 1964.
- DINOÁ, Ronaldo. **Memórias de Campina Grande**. Campina Grande: Gráfica e Editora Marcone, 1993. Volumes 1 e 2.
- FILHO, Lino Gomes da Silva. **Síntese Histórica de Campina Grande**. João Pessoa: Editora Grafset, 2005.
- FURTADO, Rosa Freire D'aguiar (org.) **Celso Furtado e a dimensão cultural do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2013.
- FURTADO, Celso. **Ensaio sobre cultura e o Ministério da Cultura**. Org. Rosa Freire D'aguiar Furtado. Rio de Janeiro. Contraponto e Centro Internacional Celso Furtado, 2012.
- _____. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

_____. **Cultura e Desenvolvimento em época de crise.** São Paulo: Paz e Terra, 1984.

_____. **Pequena introdução ao desenvolvimento: enfoque interdisciplinar.** São Paulo: Ed Nacional 1980.

_____. **Dialética do Desenvolvimento.** Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1964.

- IBGE, **Enciclopédia dos Municípios Brasileiros** XVII Volume. Rio de Janeiro, 1960.

LIMA, Rômulo de Araújo. **A luz que não se apaga:** a Escola Politécnica da Paraíba e a Formação de um campo científico-tecnológico. Campina Grande: EDUEPB, 2010.

LIMA, João Policarpo R; SICSÚ, Abraham Benzaquem; PADILHA, Maria Fernanda F. G. Economia de Pernambuco: transformações recentes e perspectivas no contexto regional globalizado. *Revista Econômica do Nordeste, Fortaleza, v. 38, nº 4, out-dez. 2007, p. 525-541.*

Disponível

em:

http://www.bnb.gov.br/projwebren/exec/artigoRenPDF.aspx?cd_artigo_ren=1062.

LOPES, José Stênio de Lucena. **Campina, luzes e sombras.** Campina Grande: Edições Grafset, 1989.

MARÇOLLA, Rosangela; OLIVEIRA Roberto Reis de. **A mídia no contexto do desenvolvimento regional: a TV Tem.** Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação. 2007. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação e desenvolvimento: por um conceito midiático de região.** In: MARQUES DE MELO J.; SOUSA, Cidoval Moraes de; GOBBI Maria Cristina. (Orgs.). **Regionalização midiática: estudos sobre comunicação e desenvolvimento regional.** Rio de Janeiro: Sotese, 2006.

MARX Karl. **O Capital.** São Paulo: Centauro Editora, 2005.

MATOS, Sérgio Augusto Soares. **História da televisão brasileira – uma visão econômica, social e política.** 3. Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

_____. **Um perfil da Tv brasileira** (40 anos de história:1950-1990). Salvador: Associação Brasileira de Agências de Propaganda/Capitulo Bahia: A Tarde, 1990.

MORAIS, Fernando. **Chatô - O Rei do Brasil**. São Paulo. Círculo do Livro,1995.

OLIVEIRA, Sobrinho J.B. de. **O Livro do Boni**. Rio de Janeiro. Casa da Palavra, 2011.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (organizadores): **História da Televisão no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

SANTANA, Jorge José B. IN: **A televisão pernambucana – por quem a viu nascer**. 2. Ed. Recife: Ed. Do Autor, 2007.

SILVA, Silvia Tavares da, **Por uma história da mídia televisiva em Campina Grande 1961-1965**. Dissertação de mestrado em História pela Universidade Federal de Campina Grande, 2009.

SIMÕES, Cassiano Ferreira. **Televisão Regional e Globalização**. In: SOUSA, Cidoval Morais (org.) **Televisão Regional globalização e cidadania**. Rio de Janeiro: Sotese, 2006.

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

SOUSA, Cidoval Morais de, **Televisão Regional e Comunicação da Ciência**. In: MARQUES DE MELQ J.; SOUSA Cidoval Morais de; GOBBI Maria Cristina. (Orgs.) **Á Regionalização midiática: estudos sobre comunicação e desenvolvimento regional** Rio de Janeiro: Sotese, 2006.

SOUZA, Antônio Clarindo Barbosa. “O mundo que se ouve e o mundo que se vê: O Rádio e os Auditórios em Campina Grande”. **História da Mídia Regional – o rádio em campina grande**. Campina Grande: EDUFCEG/EDUEP, 2006.

ZISCHKA, Anton. **A Guerra Secreta pelo Algodão**. Porto Alegre, Livraria do Globo, 1936.

JORNAIS

Diário da Borborema, várias edições dos anos 1961/62/63.

Diário de Pernambuco, várias edições dos anos 1962/63/64.

ENTREVISTAS

BARROS, Ubirajara Alves. **Depoimento**. [março, 2016]. Campina Grande-PB: Entrevista concedida a Rômulo Ferreira de Azevedo Filho.

GOES, Marconi de Albuquerque. **Depoimento**. [abril, 2016]. João Pessoa-PB: Entrevista concedida a Rômulo Ferreira de Azevedo Filho.

OLIVEIRA, Antônio Tavares de. **Depoimento**. [fevereiro, 2016]. Campina Grande-PB: Entrevista concedida a Rômulo Ferreira de Azevedo Filho.

ROCHA, Naughton. **Depoimento**. [março, 2016]. Campina Grande-PB: Entrevista concedida a Rômulo Ferreira de Azevedo Filho.

RODRIGUES, José de Arimateia. **Depoimento**. [fevereiro, 2016]. Campina Grande-PB: Entrevista concedida a Rômulo Ferreira de Azevedo Filho.

SILVA JÚNIOR, José Carlos. **Depoimento**. [abril, 2016]. João Pessoa-PB: Entrevista concedida a Rômulo Ferreira de Azevedo Filho.

VIANA, Josusmá. **Depoimento**. [fevereiro, 2016]. Campina Grande-PB: Entrevista concedida a Rômulo Ferreira de Azevedo Filho.

DOCUMENTÁRIOS AUDIOVISUAIS

A Paraíba e seus artistas: Jackson do Pandeiro. Direção Rômulo Ferreira de Azevedo Filho. Documentário. Tv Paraíba, 1988. DVD.

História de Bolso da Comunicação em Campina Grande. Direção Rômulo Azevedo Filho. Documentário. Tv. Paraíba, 1987. DVD.

Patrimônio cultural de Campina Grande, O. Direção Rômulo Ferreira de Azevedo Filho. Documentário. MinC/UEPB, 1998. DVD.

ANEXOS

ANO V
CAMPINA GRANDE, PARAIBA — Domingo, 3 de Dezembro de 1961

TV Borborema Canal-3 no ar dentro de mais quatro meses

Feitos os estudos pelos técnicos "Associados"

Estação será instalada no último andar do Edifício João Riquie — Estação autônoma, com programas próprios — Lançamento da venda de ações — Fala ao Diário o técnico Jean Paul Dodin —

Para estudar o problema da instalação da TV-Borborema, Canal 3, estiveram aqui os técnicos da cidade, os gts. Nerys Basso, João Gusmão Bastos e Jean Paul Dodin, representantes da TV Tupy, do Rio de Janeiro, que mantiveram as primeiras reuniões com grupos de vizinhos e moradores, através do Sítio Industrial, cuja localização serão localizadas no edifício "João Riquie", estabelecimento de comércio pertencente ao Sr. João Riquie.

Arquiteto o Sr. Dodin, que a instalação da TV-Borborema deverá ser feita no edifício "João Riquie", e será optada de uma sistema seguro e econômico no último andar do prédio "João Riquie", que pertencera ao Sr. João Riquie, e a transmissão de Canal 3, cuja cobertura atingirá em média a distância de cem quilômetros.

Este mesmo grupo de primeiros passos efetivos para instalação nesta cidade de Canal 3, TV-Borborema.

ESTACAO AUTONOMA
Esta estação — autônoma e independente técnica, associada

vão ser a primeira estação independente, com programas próprios, tais como shows, entrevistas, filmes, etc.

Depois de aprovações do Ministério das Comunicações, o Sr. Dodin vai viajar para o Rio de Janeiro, para a direção da estação, dentro de uma quebra de três meses, aproximadamente, para se que o canal seja instalado, após o qual se dará início de pouco dias o lançamento da venda de ações para a formação do capital social da empresa.

UMA ESTACAO DE CAMPINA GRANDE

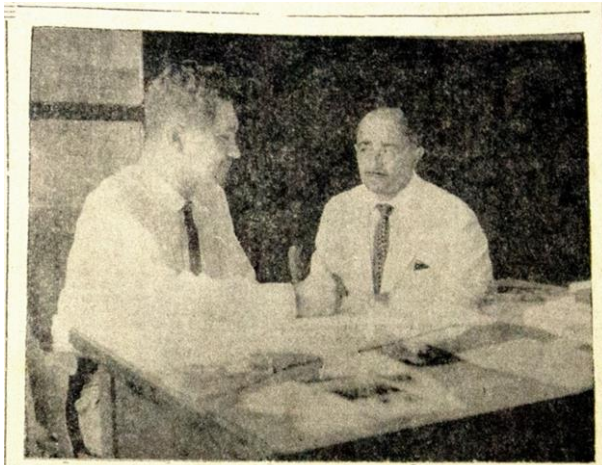
A exemplo de que vem sendo realizado em todo o país, os Diários e Rádio Associação tem o máximo interesse de que o povo participe da empresa, não por se tratar de uma estação local, seja porque a instalação de uma estação é feita em João Pessoa, com interesse de todos, tão brevemente quanto o povo da Capital e o Governo apostem a iniciativa. Associação.



AGORA NO NATAL, SE O SEU "OBJETIVO" É BEM PRESENTEAR COM A "FINALIDADE" DE AGRADAR, UM AMIGO AS SUAS ORDENS!

TV - Borborema: acêrtos preliminares para o seu lançamento oficial

Tomadas importantes deliberações — Reunião na Associação Comercial e "show" na Praça da Bandeira — Nomes de alto gabarito indicados para a Comissão Incorporadora — Povo campinense vivamente interessado —



O Sr. João Nogueira de Arruda, quando falava e tem ao nosso companheiro Eptácio Soares, sobre o lançamento da TV-BORBOREMA, brevemente em Campina Grande.

"É dever de todo campinense prestigiar a TV Borborema": João Nogueira de Arruda

Não foi para mim nenhuma surpresa, essa arrojada iniciativa dos "Diários e Rádios Associados" — A' frente do empreendimento encontra-se um grande amigo de nossa terra, que é o dr. João de Medeiros Calmon — Como desportista e como campinense concito os meus conterrâneos a darem todo seu apoio à nossa estação de televisão

"Jamais deixaria de aplaudir com entusiasmo iniciativa que viesse beneficiar C. Grande"

Pronuncia-se sobre a TV.Borborema o industrial José Carlos da Silva Junior — Campina Grande foi distinguida e não poderá decepcionar — Apóio e confiança de todos

DIÁRIO DA BORBOREMA
CAMPINA GRANDE, PARAIBA Sexta-Feira, 12 de Janeiro de 1962

8 PAGINAS

Constituída a Comissão Incorporadora que ficará à frente da TV-Borborema

Figuras representativas aceitaram participar do empreendimento

Acertos finais para a grande festa do próximo dia 19 Newton Rique falará em nome da cidade — "Carnaval Borborema" na Maciel Pinheiro

Finalmente, Campina Grande terá um Cinema condizente com o seu progresso

Em almoço realizado ontem no Rotary Clube de Campina Grande, o sr. Reginado Bonavides, Superintendente de vendas da NORTEC S. A., lançou oficialmente o tão almejado empreendimento — NOTAS

Uma comissão de estudos, formada por representantes de entidades locais, estaduais, federais, militares, acadêmicas e o povo em geral, sendo dirigida pelo sr. Reginado Bonavides, Superintendente de vendas da NORTEC S. A., e Mário Soares, diretor da M. S. Própria da cidade de Recife.

Após o estudo e o planejamento estabelecido para aquela cidade, foi dada a palavra ao sr. Reginado Bonavides, que ao agradecer a atenção da comissão, comunicou aos presentes a sua satisfação de se encontrar novamente nesta cidade, desde há muito, e lançou as bases para o lançamento das ações de um empreendimento há muito reclamado pela boa gente dos municípios e progresso da cidade de Campina Grande, através de uma comissão, presidida pelo sr. Reginado Bonavides, e apóio recebido do Prefeito Municipal, sr. Severino Cabral, dando um terreno, que fica próximo ao prédio "Teatro Municipal", no Parque Cultural, para a instalação de uma sala de projeção de filmes, com capacidade para 100 espectadores, e um espaço para a instalação de uma sala de projeção de filmes, com capacidade para 100 espectadores.

Finalmente, Campina Grande terá um Cinema condizente com o seu progresso

Em favor do "Gremio Literário Machado de Assis" para a Comissão do Centenário — Setecentos mil cruzeiros que servirão para a publicação da "Revista do Centenário" e instalação de uma sala de projeção de filmes, com capacidade para 100 espectadores.

Chegou a Campina primeira verba para o seu centenário

Em favor do "Gremio Literário Machado de Assis" para a Comissão do Centenário — Setecentos mil cruzeiros que servirão para a publicação da "Revista do Centenário" e instalação de uma sala de projeção de filmes, com capacidade para 100 espectadores.

DIÁRIO DA BORBOREMA
CAMPINA GRANDE, PARAIBA Sexta-Feira, 19 de Janeiro de 1962

8 PAGINAS

Governador Pedro Gondim, hoje, nesta cidade para o lançamento das ações da TV-Borborema

Sessão solene será na Associação Comercial

TV-Borborema julgada por líderes paraibanos

Conferido unanimemente pelo opinião pública — Resumo das entrevistas divulgadas por este jornal

Um serviço cresce com a
Mais de 500 milhões de cruzeiros para abastecer todos os pontos de distribuição de Paratense a modernização do sistema atual. Reservas insuficientes — Meta: em 1970, 80, 900 e em 1980, 120 bilhões abastecidos — Outros pontos

Economistas alagoanos visitam Campina Grande
Para estudar o desenvolvimento econômico da cidade de Campina Grande, uma comissão de economistas alagoanos, liderada pelo sr. Aluizio Campos, chegou nesta cidade ontem.

Aluizio Campos no Rotary Clube
Ficou sobre o problema de desenvolvimento econômico da cidade de Campina Grande, o sr. Aluizio Campos, presidente do Rotary Clube de Campina Grande, falou ontem no jantar realizado no clube.

Expresso da sem os v
Previsões e opiniões dos especialistas

DIÁRIO DA BORBOREMA
CAMPINA GRANDE, PARAIBA — Quinta Feia, 19 de Janeiro de 1962

Poder Público Municipal subscreverá mil ações da TV-Borborema (Canal 3)

Oportun e louvável projeto de lei do vereador Mário Araújo

O vereador Mário Araújo, de Borborema, apresentou projeto de lei para que o Poder Público Municipal subscreva mil ações da TV-Borborema (Canal 3). O projeto foi aprovado em sessão realizada no dia 17 de janeiro, sob a presidência do vereador João Raposo.

O projeto de lei estabelece que o Poder Público Municipal subscreva mil ações da TV-Borborema (Canal 3) para apoiar a iniciativa privada e promover o desenvolvimento econômico da cidade. O projeto também prevê a criação de um fundo para a aquisição das ações, com recursos provenientes de impostos municipais e doações de particulares.

O projeto de lei foi aprovado por unanimidade em sessão realizada no dia 17 de janeiro, sob a presidência do vereador João Raposo. O projeto também prevê a criação de um fundo para a aquisição das ações, com recursos provenientes de impostos municipais e doações de particulares.


Associações de classes e firmas comerciais saudarão, amanhã a TV-Borborema

O grande acontecimento campinense — Sessão solene na Associação Comercial presidida pelo Governador do Estado — Ramulo Siqueira fará palestra sobre Televisão — Ritmos novos desfilam no Carnaval da Borborema

As Associações de Classes e Firms Comerciais de Borborema saudarão, amanhã, a inauguração da TV-Borborema (Canal 3). A sessão solene será realizada na Associação Comercial, presidida pelo Governador do Estado, Ramulo Siqueira. Durante a sessão, Siqueira fará uma palestra sobre a importância da televisão para o desenvolvimento econômico e social da cidade.

O Carnaval da Borborema também promete ser diferente, com ritmos novos e desfiles inovadores. As escolas de samba e os grupos de dança estão trabalhando para apresentar apresentações únicas e cativantes.

DIÁRIO DA BORBOREMA — Sexta Feia, 19 de Janeiro de 1962



Para lhe beneficiar e levar mais longe o prestígio da sua cidade, finalmente, hoje, às 20 hs., lançamento das Ações da TV-BORBOREMA.

"DIARIOS E RADIOS ASSOCIADOS" agradecem o seu apóio dado desde os primeiros momentos da iniciativa e confiam em você.

TV

BORBOREMA
(CANAL 3)

A TV-Borborema, será instalada no último andar do Banco Industrial

NÃO BASTA APENAS APLAUDIR — É PRECISO PARTICIPAR!



As ações da TV Borborema serão vendidas pelos corretores associados Frederico Mendes, Gil Gonçalves, Pinto Lopes, Barroso Pontes, Ariosto Sales, Niu tildes Vieira, Rosil Cavalcanti, Eraldo Cesar, Arnobio Araujo, José Dorgival Vilar, Deodato Borges, Ramalho Filho e outros devidamente autorizados, ou nos seguintes endereços: Economista José Paulino da Costa Filho, no edifício do Banco Mercantil, 2. andar, jornalista Nilo Tavares, na Federação das Indústrias, Geraldo Nogueira, no Banco Industrial, no Escritório da Radio Borborema ou pelos fones 1960 e 1961.

SEJA ACIONISTA DA TV-BORBOREMA!





Marcone Goes de Albuquerque - Ex-superintendente dos Diários e Emissoras Associados na Paraíba







José Carlos da Silva Júnior - Empresário



José Tavares – Publicitário



José de Arimatéia Rodrigues – Advogado e radialista