

Seção de cartas da TV Sul Programas: uma análise da participação dos leitores da revista¹

Mariana Corsetti OSELAME²
Fábio Canatta de SOUZA³

Resumo:

Este artigo tem como objeto de estudo a revista TV Sul Programas, uma publicação que tinha como tema a televisão gaúcha e que foi editada em Porto Alegre (RS) entre agosto de 1963 e junho de 1969. A pesquisa tem como objeto de estudo a seção de cartas da revista – espaço em que os leitores interagem com a equipe de redatores por meio do envio de correspondências. Esta pesquisa utiliza o método da análise de conteúdo (BARDIN, 1977) para identificar os assuntos mais frequentes nas cartas dos leitores, bem como entender as suas motivações no processo de interação com a TV Sul Programas. Para tanto, determinou-se como *corpus* as edições de número 1 a 112. Os resultados da análise apontam para uma preponderância de cartas relacionadas às estrelas de destaque do momento, o que indica que a principal motivação dos leitores no processo de interação era buscar informações sobre a vida pessoal dos atores, solicitar fotos de artistas de sucesso ou obter o endereço dos mesmos para o envio de correspondência. Como referencial teórico foram utilizados conceitos de Wolton (1996), Ferrés (1998), Lemos (2007) e Srivastava (2002).

Palavras-chave:

Televisão. Revista TV Sul Programas. Interatividade.

TV Sul Programas Magazine: an analysis of the participation of the readers

Abstract:

This article explores the readers' letter section from TV Sul Programas magazine with two objectives: (1) to identify, through content analysis technique (BARDIN, 1977), the most recurrent subjects and topics in readers' letters and; (2) to understand the motivation of readers in interacting with the magazine. To do so, this article's research body was composed by issues 1 through 112, published between August 1963 and June 1969 in Porto Alegre (RS). The results draw attention to the predominance of letters related to current famous personalities, indicating that readers' main motivation in the process of interacting with the magazine was finding out about the personal lives of actors, asking for pictures of artists or obtaining stars' addresses to write to them directly. As theoretical backgrounds for this analysis, concepts observed in Wolton (1996), Ferrés (1998), Lemos (2007) and Srivastava (2002) were consulted.

Key words:

Television. TV Sul Programas Magazine. Interactivity.

Sección de cartas de la TV Sul Programas: un análisis de la participación de los lectores de la revista

¹ Trabalho apresentado no 14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo promovido pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJOR) em novembro de 2016 na cidade de Palhoça (SC).

² Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM-PUCRS). Professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Ritter dos Reis – UniRitter. *E-mail*: mariana.oselame@gmail.com.

³ Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM-PUCRS). Professor do curso de Jornalismo da PUCRS. *E-mail*: fabio.canatta@pucrs.br.

**Resumen:**

Este artículo tiene como objeto de estudio la revista TV Sul Programas, una publicación que tenía como tema la televisión gaúcha y que fue editada en Porto Alegre (RS) entre agosto de 1963 y junio de 1969. La investigación tiene como objeto de estudio la sección de cartas de la revista - espacio en el que los lectores interactuaban con el equipo de redactores por medio del envío de correspondencia. Esta investigación utiliza el método del análisis de contenido (BARDIN, 1977) para identificar los asuntos más frecuentes en las cartas de los lectores, así como entender sus motivaciones en el proceso de interacción con la TV Sul Programas. Para ello, se determinó como corpus las ediciones de número 1 a 112. Los resultados del análisis apuntan a una preponderancia de cartas relacionadas a las estrellas de destaque del momento, lo que indica que la principal motivación de los lectores en el proceso de interacción era buscar informaciones sobre la vida personal de los actores, solicitar fotos de artistas exitosos y obtener direcciones para el envío de correspondencia. Como referencial teórico se utilizaron conceptos de Wolton (1996), Ferrés (1998), Lemos (2007) y Srivastava (2002).

Palabras clave:

Televisión. Revista TV Sur Programas. Interactividad.

Introdução

A conversa em torno da televisão é um hábito que acompanha o ritmo da popularização do veículo no Brasil. O interesse da audiência em torno dos assuntos, histórias, personagens e programas, tão comum nos dias de hoje, tem origem já nos primeiros passos da televisão brasileira, na década de 1950. Desde então, tem ensejado os mais diversos conteúdos nas mais diferentes publicações, especialmente naquelas voltadas ao chamado “mundo da TV”. É o caso do objeto deste estudo, a revista TV Sul Programas, lançada em Porto Alegre em agosto de 1963, quando a televisão gaúcha ainda se encontrava em seus primórdios, e editada até junho de 1969.

A existência de publicações que têm a televisão como tema evidencia uma das dimensões atribuídas por Wolton (1996) a esse meio de comunicação. Diz o autor que a televisão é, fundamentalmente, imagem e laço social. A primeira dimensão, a imagem, diz respeito à questão técnica e parte de cinco pressupostos: a imagem é universal democrática, polissêmica e tributária de um contexto; a imagem retrata e interpreta representações do mundo; a imagem inspira credibilidade; a imagem socializa, mobiliza e seduz; a imagem cria celebridades e mitos, além de reforçar estereótipos (WOLTON, 1996). Já o segundo conceito, o de laço social, refere-se à noção de que, enquanto telespectadores, estamos todos juntos em frente à TV, mas, ao mesmo tempo, separados. “É uma espécie de *common knowledge*, um duplo laço e uma antecipação cruzada”, ressalta Wolton (1996, p. 124).

Assisto a um programa e sei que outra pessoa o assiste também, e também sabe que estou assistindo a ele. Trata-se, portanto, de uma espécie de laço especular silencioso. Mas existe um segundo sentido. A televisão, como sempre dizemos, é o ‘espelho’ da sociedade. Se ela



é seu espelho, isso significa que a sociedade se vê – no sentido mais forte do pronome reflexivo – através da televisão, que essa lhe oferece uma representação de si mesma. E, ao fazer a sociedade refletir-se, a televisão cria não apenas uma imagem e uma representação, mas oferece um laço a todos aqueles a assistem simultaneamente (WOLTON, 1996, p 124).

O que assistimos na televisão é o que, muitas vezes, sobra de vida a ser compartilhada. De tudo que nos separa e diferencia, a televisão nos possibilita compartilhar experiências e se constitui num dos poucos elementos que une e aproxima o grande público. “Ela (a TV) é o ‘barqueiro’, o grande ‘mensageiro’ da sociedade de solidões organizadas, reduzindo as exclusões mais poderosas da sociedade de massa” (WOLTON, 1996, p. 135). A linguagem audiovisual envolve o telespectador pela sonoridade das palavras e, inclusive, pela capacidade de seduzir por meio das imagens. É a soma dessas duas principais características que oferece à audiência modelos de comportamento que ajudam a moldar opiniões, perspectivas e impressões.

Aliás, a televisão chegou a ser caracterizada por Marcondes Filho (1994) como a “janela do mundo”. Uma janela, porém, com pouca transparência, com filtros para o real, reforçando a lógica da máquina que constrói e alimenta fantasias e desejos. “A televisão, que deixa de ser janela para o mundo, tornando-se, ela própria, o mundo” (MARCONDES FILHO, 1994, p. 39).

Imagem, fato e representação

Ferrés (1998) destaca a capacidade de a televisão transformar, na perspectiva do telespectador, a representação do mundo na realidade de fato. A imagem, embora sempre parte, é lida como totalizante, como relato, não como discurso. “A imagem tem, em relação à palavra, uma maior possibilidade de engano: brinca com a vantagem não de se parecer mais com a realidade, mas de aparentar ser a realidade”, define (FERRÉS, 1998, p. 172). “É verdade, eu vi na televisão”, diz o senso comum.

Se a imagem socializa e convence na medida em que inspira confiança, ela também mobiliza, comove, sensibiliza e seduz. As imagens falam diretamente às emoções. Fazem rir e chorar: podem provocar medo, revolta e compaixão. “Se as emoções (...) influem nas decisões e nos comportamentos, qualquer imagem que gere emoções será socializadora, no sentido de que terá incidência sobre as crenças e os comportamentos”, argumenta Ferrés (1998, p. 41).

Green (1973, p. 61), por sua vez, afirma que a capacidade de falar aos



sentimentos é o grande trunfo da televisão. “Esta posibilidad de generar una reacción emocional constituye la principal diferencia entre las noticias de televisión y todas las demás⁴”, afirma o pesquisador norte-americano na publicação *Periodismo en TV* (1973). Segundo ele, a possibilidade de sensibilizar por meio das imagens é o que justifica, também, o amplo alcance da televisão enquanto fonte de informação. “Ella explica el mayor impacto de las noticias televisadas y, también gran parte de las controversias que generan. Son imágenes que a la vez se mueven y conmueven⁵ (GREEN, 1973, p. 61)”.

Para o telespectador, a fascinação está no mero olhar, na visão familiar de um mundo que se “presentifica” ao ligar a televisão. Para Muniz Sodré (1977, p. 72), ela “é o *voyeuse* do mundo e faz do telespectador o seu cúmplice. Mas, para que o *voyeurismo* seja efetivo, é preciso que as regras de simulação da situação real sejam eficazes”. Essa capacidade de mobilização exercida pelas imagens televisivas é explicada da seguinte forma por Ferrés (1998): toda imagem carrega, em si, “ideias-força” capazes de serem traduzidas em estilos de vida, que servem como identificação para o telespectador e também como molde para novas ideias. Wolton (1996), por outro lado, aponta a identificação e a representação como ferramentas através das quais as mensagens televisivas impactam diretamente na vida de quem as assiste. De uma forma ou de outra, é possível afirmar que as imagens pretendem, muito mais do que convencer, seduzir.

Nesse contexto, a televisão se apresenta como uma fábrica permanente de estrelas (FERRÉS, 1998), que entram e saem da vitrine conforme novas são criadas e veneradas pelo público. Nas pessoas que aparecem na tela, sejam elas jornalistas, atores ou “apenas” celebridades, o público projeta as suas limitações, frustrações, expectativas, desejos e sonhos. “As estrelas fascina porque são a expressão sublimada das próprias crenças, das próprias necessidades” (FERRÉS, 1998, p. 113). Uma consequência comum nessa relação é os telespectadores confundirem os atores com os personagens e projetarem no ser humano sentimentos provocados pela ficção. Como exemplo, Ferrés cita Leonard Nimoy, intérprete de Mr. Spock na série norte-americana *Star Trek*, que deu a sua autobiografia um título que ilustra a questão: “Não sou Spock”.

⁴ “Essa possibilidade de gerar uma reação emocional constitui a principal diferença entre as notícias da televisão e as demais” (tradução nossa).

⁵ “Ela (a imagem) explica o maior impacto das notícias transmitidas pela televisão, e também grande parte das controvérsias que geram. São imagens que, ao mesmo tempo, se movem e comovem” (tradução nossa).



A indústria audiovisual, especialmente a televisão, também é uma poderosa repetidora de estereótipos sociais, neste estudo entendidos a partir da conceituação de Ferrés (1998):

(...) representações sociais, institucionalizadas, reiteradas e reducionistas. São representações sociais porque pressupõem uma visão compartilhada que um coletivo social possui sobre outro coletivo social. São reiteradas porque são criadas com base na repetição. (...) Finalmente, são reducionistas porque transformam (...) realidade complexa em algo simples. (FERRÉS, 1998, p. 135)

Os estereótipos massificados influenciam comportamentos e servem de modelo para o público que acompanha os conteúdos televisivos. Seguir um padrão é fazer parte do mundo que está na tela da televisão e, por isso, tem visibilidade, provocando uma sensação de pertencimento.

Interatividade

A compreensão das formas de relação do público com a televisão também é fundamental para o entendimento da importância da mídia para o telespectador ao longo da história. No contexto brasileiro, um dos primeiros pesquisadores a propor uma categorização a partir da interatividade na televisão foi Lemos (1997). A classificação criada por ele apresentava uma escala de zero a quatro, em ordem crescente (Quadro 1):

Quadro 1 – Níveis de interatividade na televisão, a partir de Lemos.

NÍVEL	DESCRIÇÃO
0	Primórdios da televisão. À audiência cabia apenas trocar de canal e ajustar o volume.
1	Surge o controle remoto, que permitiu o desenvolvimento da prática do <i>zapping</i> .
2	Os telespectadores passam a utilizar o aparelho de televisão para outros fins, como gravar a programação por meio do videocassete ou jogar <i>videogames</i> .
3	Maior influência da audiência na programação por meio de telefone ou <i>e-mail</i> .
4	Surge o conceito de televisão interativa, no qual a audiência é convidada a participar mais ativamente dos programas por meio do controle remoto, optando por conteúdo.

Fonte: Lemos (1997).

Aproximadamente oito anos depois da classificação de Lemos (1997), diante de uma maior clareza das possibilidades oferecidas pela internet e de uma combinação

mais efetiva entre a TV e a web, Becker e Montez (2005) propõem uma complementação indicando três novos níveis (Quadro 2):

Quadro 2 – Complementação proposta por Becker e Montez

NÍVEL	DESCRIÇÃO
5	O telespectador colabora mais ativamente com a programação, ao enviar vídeos produzidos por ele mesmo.
6	É um avanço da situação descrita no nível anterior. Agora, com a evolução tecnológica e o aumento na velocidade de transmissão de dados pela internet, a audiência passa a enviar imagens captadas por câmeras de alta qualidade.
7	Considerado nível de interatividade plena, a audiência gera conteúdo e passa a dispor de recursos de publicação e veiculação desses materiais.

Fonte: Becker; Montez (2005).

Cabe destacar, ainda, o trabalho de Scolari (2009). O autor aproveita os conceitos de paleotelevisão (ECO, 1986) e neotelevisão (CASETI; ODIN, 1990) para desenvolver a ideia de hipertelevisão. O primeiro conceito corresponde aos anos iniciais da TV, quando os conteúdos estavam representados por uma hierarquia sociocultural em que apenas os que detinham o saber, o poder político e o poder econômico tinham protagonismo na tela. Já a neotelevisão é entendida como a evolução da televisão enquanto modelo de negócio, o acirramento da concorrência, a popularização do controle remoto e o aparecimento do indivíduo comum na tela. A hipertelevisão, por sua vez, seria o terceiro estágio. Representa o atual estado da mídia, com destaque para as potencialidades da televisão digital. Esse contexto cria, na leitura de Scolari (2009), uma relação bidirecional, diferente da verticalização unidirecional do conteúdo posta no cenário analógico.

TV Sul Programas

A revista TV Sul Programas, objeto deste estudo, foi editada em Porto Alegre (RS) entre agosto de 1963 e junho de 1969. A publicação foi inicialmente concebida como um folheto que continha os destaques da programação das duas emissoras até então existentes no Rio Grande do Sul: a TV Piratini (Canal 5; vinculada aos Diários Associados) e a TV Gaúcha (Canal 12; independente, mas retransmitia programas da TV Excelsior e da TV Record, de São Paulo). Diante do interesse do público, a TV Sul Programas se tornou, em agosto de 1963, uma revista de bolso com distribuição gratuita em centenas de postos de entrega. Tinha 36 páginas e uma tiragem de 20 mil



exemplares, atingindo cerca de 80 mil pessoas⁶ (HOHLFELDT; CARVALHO, s.d.). Ao longo do tempo, a TV Sul Programas chegou a ultrapassar os cem mil exemplares.

Conforme Hohlfeldt e Carvalho (S.d., não paginado), a TV Sul Programas é “um documento sobre a história da televisão no Rio Grande do Sul” e a primeira publicação editada no Estado inteiramente dedicada à televisão. No artigo que contextualiza o acervo da revista no *site* do Núcleo de Pesquisa em Ciências da Comunicação (NUPECC), os autores destacam que a empresa responsável pela revista era a Ferreyro & Cia. Ltda, que tinha escritório na Rua Dr. Flores, 330, sala 20 e o diretor responsável era Breno Ribeiro Wurdig.

Seção de cartas

A seção de cartas da TV Sul Programas era o espaço destinado à participação dos leitores, que se correspondiam com os redatores enviando perguntas, pedidos de informação e sugestões de matérias. A localização da seção variava, mas na maioria das edições as cartas aparecem nas últimas páginas, próximas ao expediente. A frequência da publicação não era regular; é possível perceber que a seção somente era publicada quando havia espaço disponível nas páginas finais.

Ao tomar as correspondências como objeto de análise também se percebe que o nome da seção mudou ao longo do tempo. Na primeira vez em que foi identificada, no número 6 (novembro de 1963), ela tem o nome de “Posta Restante TV Sul” e está na página 4. No texto de apresentação do espaço, os editores afirmam: “São centenas de cartas até agora recebidas. [...]. A falta de espaço é um martírio, pois gostaríamos de transcrever tudo, de responder tudo, e não é possível” (POSTA..., 1963, p. 4). O texto expõe, de forma sincera, que a viabilidade econômica da publicação impede a publicação de todas as correspondências recebidas; e explica que, a partir daquele número, a revista veicularia uma “síntese” do pensamento de cada leitor.

Nas próximas edições em que aparece (7, 8 e 9), a seção está identificada como “Posta Restante”. Há uma mudança nos números seguintes (16, 17, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29 e 30); o espaço passa a ser denominado “TV Sul responde”. Nas edições 32, 33, 34, 37, 38, 39, 40, 42 e 44 a seção é identificada como “Em resposta”. Nos números 48, 49, 52, 53, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 70 e 72 há uma alternância. Ora a seção aparece com o nome “Correspondência”, ora ela é identificada como “Correspondência com os leitores”. O nome “Cartas” aparece pela primeira vez

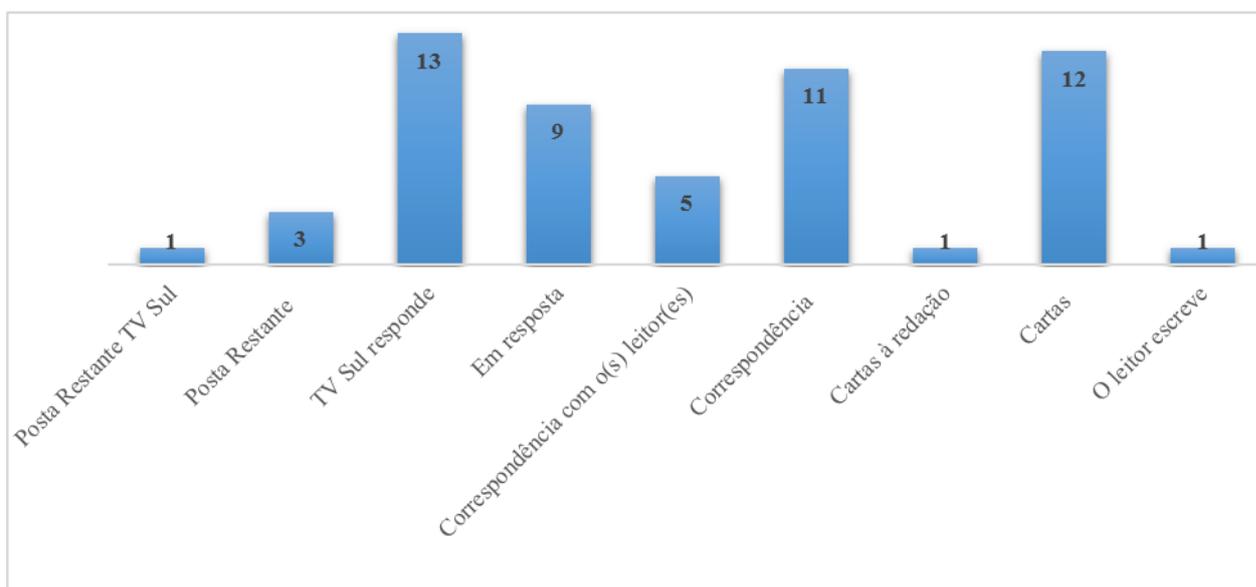
⁶ Segundo Hohlfeldt e Carvalho (s.d.), era feito, à época, um cálculo de quatro pessoas por televisor.



na edição 74, publicada em setembro de 1966, e tem uma variação na edição seguinte, a 76, quando vira “Cartas à redação”. A partir do número 79, no entanto, os editores voltam à denominação “Cartas” e a mantêm nas edições 80, 83, 84, 88, 90, 92, 93, 95, 97 e 102. Na última edição analisada, a 104, a seção aparece com a denominação “O leitor escreve” e, pela primeira vez, a revista publica um trecho da correspondência enviada. Até então, eram publicados o nome do leitor, a cidade de procedência e a resposta à solicitação feita por ele.

O Gráfico 1 indica o número de edições em que cada denominação foi identificada.

Gráfico 1 – Denominações da seção de cartas da TV Sul Programas



Fonte: Os autores (2016).

Outro aspecto identificado em uma primeira análise da seção foi o modo de interação com os leitores. Objetivo, o texto das respostas era informal, escrito em tom de conversa, como se estivesse acontecendo um diálogo. Na maior parte das vezes as correspondências eram respondidas de maneira individualizada e, não raro, os editores se referiam ao leitor como “amigo”, denotando um certo grau de intimidade. Isso



acontece na edição 70. Mikio Nakashima, de Barra do Ribeiro, recebe a seguinte resposta: “Gratos pelos elogios do **amigo** [grifo nosso]. A foto de RC (Roberto Carlos) está esgotada, por isso mandamos outra. Quando tivermos mais do ‘rei da brasa’, enviaremos” (CORRESPONDÊNCIA, 1966, p. 33). Embora a maioria das respostas fosse individual, em algumas situações, especialmente nos pedidos de foto, a revista publicava respostas coletivas para “ganhar” espaço.

Pedidos de foto, aliás, como será evidenciado mais adiante, eram muito frequentes, tanto que a revista não dava conta da demanda. Em algumas edições, como na 24, os editores solicitam que os leitores peçam as fotografias diretamente para os artistas; em outras, como na 76, a revista afirma que não tem fotos para distribuir. “Não fornecemos fotos e fotografias de artistas. Quanto temos esse material, divulgamos na revista. Não é má vontade, o que conseguimos é de uso exclusivo da redação”, explicam os editores em resposta à correspondência de uma leitora (CARTAS..., 1966, p. 32). A revista até tentou, em 1966, organizar uma promoção para atender os leitores ansiosos por imagens dos artistas do momento. É o que os editores explicam em resposta a uma carta na edição 84: “[...] acontece que não temos fotos para distribuição. Já tivemos, quando no ano passado fizemos uma promoção através das Prendinhas TV Sul” (CARTAS, 1967, p. 24). Embora a promoção seja mencionada diversas vezes ao longo das edições publicadas em 1966, não é possível entender o seu funcionamento analisando apenas a seção de cartas da revista; no entanto, foi possível inferir que houve uma grande participação dos leitores e um rápido esgotamento das fotos disponíveis para distribuição.

Outro conteúdo que aparece com frequência na seção de correspondências é o pedido de endereço. Tanto que em duas edições analisadas, a 27 e a 67, a revista publica uma lista compilando os mais solicitados. Na edição 27, de setembro de 1964, aparecem os endereços para correspondência de estrelas como Tarcísio Meira, Armando Bogus, Isaura Garcia, Eva Wilma, Stanislaw Ponte Preta, Sophia Loren, Ronald Golias, Jaqueline Myrna, Elvis Presley, Ray Charles, Richard Chamberlain, The Beatles, Moacyr Franco, Gina Lollobrigida, Brenda Lee e Silva Koscina⁷. Logo abaixo dos endereços, a TV Sul destaca a fonte em que buscou as informações: a revista Intervalos (SP). Na edição 67, de maio de 1966, dois nomes se repetem (Tarcísio Meira e

⁷ Para informações a respeito dos artistas brasileiros citados, ver o **Dicionário astros e estrelas do cinema brasileiro**, de Antônio Leão da Silva Neto, publicado pela Imprensa Oficial de São Paulo, em 1998.





Armando Bogus). A maioria, no entanto, aparece pela primeira vez: Wanderley Cardoso, Roberto Carlos, Cauby Peixoto, Hugo Santana, Jerry Adriani, Wanderléia, Agnaldo Rayol, Regina Duarte, Nívea Maria, Rita Cléos, Isabel Cristina, Sérgio Cardoso, Edson França, Francisco Cuoco, Hamilton Fernandes, Fúlvio Stefanini, Carlos Zara, Glória Menezes, Lolita Rodrigues e Lurdinha Félix⁸. Assim como na edição 27, é dado o crédito para quem forneceu os dados, nesse caso, uma leitora identificada como Virginia Tosi.

É importante expor, ainda, outros três aspectos relevantes percebidos durante uma primeira observação da seção de cartas da TV Sul Programas. O primeiro se refere à procedência: até a edição de número 16 não havia nenhuma carta enviada de fora de Porto Alegre, o que indica que a revista foi crescendo em abrangência na medida em que o tempo foi passando, já que nos números seguintes ela chegou a receber correspondências postadas de Santa Catarina e São Paulo. O segundo aspecto se refere ao viés comercial da televisão, já acentuado em meados dos anos 60. Na edição 70, de julho de 1966, a revista responde a um leitor que questiona os “cortes” nos programas transmitidos pela TV Gaúcha. Fica subentendido que a emissora cortava o programa aleatoriamente para respeitar os horários da grade de programação. Essa é a resposta publicada:

Os programas de auditório às vezes passam do horário, mas os teipes têm que ser apresentados nas tevês dentro do espaço estabelecido, incluindo as mensagens de propaganda. Não se deve esquecer que a televisão é um negócio e que os nossos telespectadores, ao contrário do que acontece em outros países, não paga [sic] nenhuma taxa pelo uso de TV. É verdade que muitas vezes [sic] os “cortes” são mal feitos, e isto sim pode ser objeto de crítica às direções das emissoras (CORRESPONDÊNCIA, 1966, p. 33).

Por fim, um terceiro aspecto se refere à questão de gênero. Na edição 83, de janeiro de 1967, a revista dá uma indicação de quem é o público ao qual se destina. Os editores se posicionam da seguinte forma ao responder a uma leitora que solicita uma capa com a cantora Nara Leão: “[...] desculpe, mas a experiência manda dizer que capa só funciona para maior aceitação e vendagem da revista, com o sexo forte, eis que o fraco não é do agrado “delas”, que são as adquirentes de TV SUL em cêrca [sic] de 80% sôbre [sic] êles [sic]” (CARTAS, 1967, p. 26). Outra indicação de que a revista é voltada para o público feminino é o título das já mencionadas listas de endereços dos artistas: “Endereços para **as fãs** [grifo nosso]”.

⁸ Ver Dicionário mencionado (SILVA NETO, 1998).





Opções metodológicas: pré-análise

Objeto deste artigo, a seção de cartas dos leitores da revista TV Sul Programas foi observada por meio da análise de conteúdo (BARDIN, 1977), que se estrutura em torno de três polos cronológicos: o da pré-análise; o da exploração do material; e o do tratamento dos resultados, inferência e interpretação dos dados obtidos por meio da observação do *corpus*.

O ponto de partida é sempre a pré-análise, ou seja, a fase de organização do material que será pesquisado. Nesse momento ocorre a escolha dos documentos, a formulação das hipóteses, a definição de objetivos e indicadores. A primeira atividade consiste em “fazer falar” o material; é a leitura flutuante, quando o pesquisador estabelece um primeiro contato com o texto que será estudado e se deixa invadir por impressões. A ideia é de que a leitura se torne mais precisa na medida em que as hipóteses vão emergindo do próprio material que está sendo observado.

Na pré-análise da presente pesquisa observamos que os leitores da TV Sul Programas enviavam cartas para solicitar à revista fotos, endereços e informações pessoais de artistas em destaque no momento; para sugerir matérias de capa; para fazer algum elogio ou crítica à publicação; e para resolver assuntos burocráticos ligados à editora, como assinaturas, problemas com envio de edições ou, então, aquisição de números antigos.

A partir dessa leitura flutuante, formulamos as hipóteses, definidas por Bardin (1977) como afirmações provisórias que nos propomos a verificar por meio da análise. A primeira hipótese sustenta que as cartas enviadas à redação da TV Sul Programas tinham como objetivos principais solicitar o endereço, sugerir matérias ou pedir fotos de artistas em destaque no momento, o que revela o início de um processo de “celebrização” dos atores e atrizes de televisão. A segunda hipótese a ser verificada é a de que a revista não se restringia ao público de Porto Alegre, onde estavam as principais emissoras da época, mas circulava – e era muito apreciada pelos leitores – em praticamente todo o Rio Grande do Sul, em Santa Catarina e até em São Paulo.

Formuladas as hipóteses, ainda na pré-análise, definimos os objetivos da pesquisa, ou seja, “a finalidade geral a que nos propomos (ou que é fornecida por uma instância exterior), o quadro teórico e/ou pragmático no qual os resultados obtidos serão analisados” (BARDIN, 1977, p. 98). O objetivo geral da pesquisa foi interpretar a seção

de cartas da TV Sul Programas por meio da técnica da análise de conteúdo. Os objetivos específicos, por sua vez, foram entender o que movia os leitores no processo de interação com a revista; identificar quais eram os assuntos mais frequentes nas correspondências que eram endereçadas à redação; e, no caso da confirmação da hipótese de que a maioria dos leitores se correspondia com a TV Sul para solicitar informações e fotos, mapear quais eram os artistas de destaque que mobilizavam uma maior participação.

Superada essa primeira fase, é necessário constituir um *corpus*, ou seja, um conjunto de documentos que serão submetidos aos procedimentos analíticos. Essa definição implica fazer escolhas, além de obedecer a regras. Por isso, quatro leis essenciais devem ser consideradas: a da exaustividade; a da representatividade; a da homogeneidade; e a da pertinência (BARDIN, 1977). Com base na lei da representatividade – e atendendo ao critério da periodicidade –, foi definido como *corpus* desta pesquisa todas as edições da revista TV Sul Programas publicadas entre agosto de 1963 e junho de 1968 – o que corresponde às edições de número 1 a 112. As edições posteriores a de número 112 foram descartadas por não atenderem ao critério da periodicidade, já que apenas alguns exemplares estão disponíveis para consulta no acervo digital do Núcleo de Pesquisa em Ciências da Comunicação (NUPECC, s.d).

Definidas as hipóteses, os objetivos e o *corpus*, o próximo passo da pré-análise, conforme Moraes (1999, p.16), é estabelecer a unidade de registro, ou seja, “o elemento unitário de conteúdo a ser submetido posteriormente à classificação”. É desse processo que derivam as categorias que, por sua vez, estão inseridas no cenário da unidade de contexto – no caso deste estudo, a seção de cartas da revista TV Sul Programas. Como unidade de registro escolhemos a procedência das correspondências e os assuntos mais frequentes identificados nas cartas por meio da leitura flutuante. Elaboramos, assim, três categorias de análise (Quadro 3):

Quadro 3 – Categorias de análise

Unidade de contexto	Unidade de registro	Categoria
Seção de cartas da revista TV Sul Programas	Assunto	Estrelas
		Curiosidades
	Procedência	Origem

Fonte: Os autores (2016).

No que se refere ao assunto, observou-se uma grande quantidade de cartas

solicitando endereços, fotos ou sugerindo matérias que abordassem a trajetória dos artistas em destaque no momento – esses conteúdos foram agrupados na categoria Estrelas. Ainda no que se refere à unidade de registro “assunto” percebeu-se que alguns leitores escreviam para a revista solicitando informações sobre a vida pessoal dos artistas. Todos esses pedidos de informação foram reunidos na categoria Curiosidades. Por fim, observou-se que as cartas tinham como origem cidades do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. Essas informações foram agrupadas na categoria Origem.

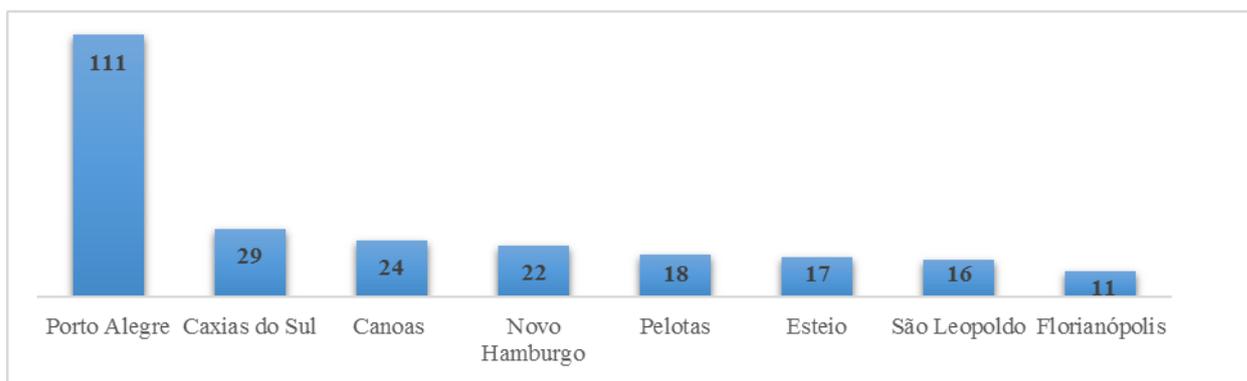
Exploração do material

Na fase de preparação do material para ser explorado o analista precisa tomar uma série de decisões. Uma primeira escolha se refere ao modo como será feita a medição dos elementos constituintes do *corpus* bem como o critério que será aplicado nessa classificação. Neste estudo optamos por atribuir um valor representativo – o número 1 – para cada vez em que era identificada uma das unidades de registro (assunto e procedência). Dessa forma, quantificaram-se quantas cartas foram enviadas de uma determinada cidade; quantas vezes, em uma dada edição, foram solicitados endereços, fotos ou matérias de artistas; e o número de vezes, também em uma determinada edição da revista, em que os leitores solicitaram algum tipo de informação pessoal sobre a vida das estrelas da televisão. É importante ressaltar que, para efeitos de categorização, foram consideradas apenas as unidades de registro (assunto e procedência). As cartas enviadas à TV Sul Programas não foram consideradas individualmente; assim, foi possível identificar, em uma mesma correspondência, mais de uma unidade de registro.

Tratamento dos resultados

A terceira etapa da análise de conteúdo tem por objetivo tornar válidos e “falantes” os dados obtidos, e, para isso, os elementos constituintes do *corpus* da pesquisa foram distribuídos nas três categorias. No que se refere à categoria Origem, foi necessário criar subcategorias com o nome de cada cidade na medida em que uma nova procedência era identificada. Ao final da categorização foram registradas participações de leitores de 46 municípios de Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo. Para efeitos de exposição e análise dos dados, foram consideradas apenas as oito cidades que mais apareceram como origem das correspondências (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Procedências mais frequentes na seção de cartas da TV Sul Programamas



Fonte: Os autores (2016).

Ainda em relação à primeira unidade de registro, Assunto, mas no contexto da segunda categoria, Estrelas, optou-se por criar três subcategorias para melhor visualizar os dados: a) fotos, agrupando pedidos de fotos de artistas; b) matérias, reunindo sugestões de reportagens a serem feitas com atores ou atrizes; e c) endereços, quantificando os pedidos de endereço das estrelas encaminhados à revista pelos leitores. A partir dessa divisão observaram-se os seguintes resultados (Gráfico 3):

110

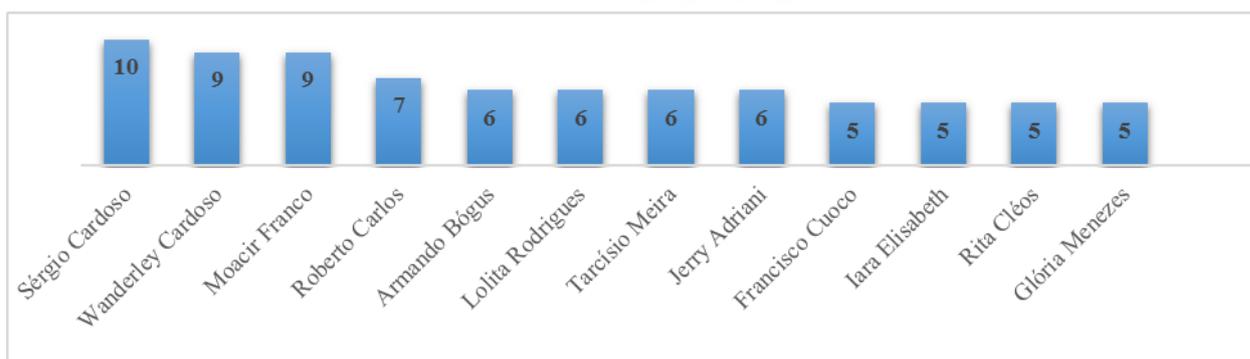
Gráfico 3 – Pedidos mais frequentes identificados na seção de cartas da TV Sul Programamas



Fonte: Os autores (2016).

Ainda no contexto da categoria Estrelas foi feito um recorte qualitativo com a intenção de identificar quais eram os principais artistas citados pelos leitores. Para efeitos de classificação, foram considerados apenas os doze mais citados (Gráfico 4).

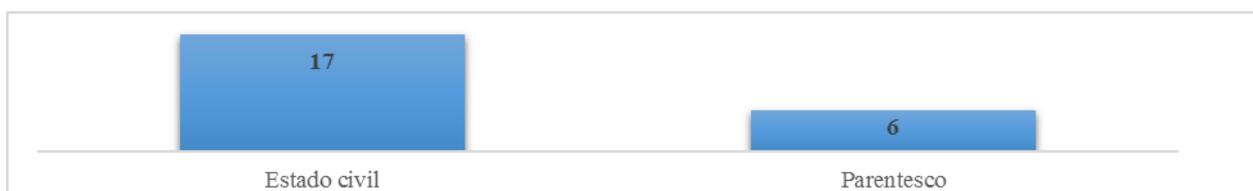
Gráfico 4 – Artistas mais citados na seção de cartas da TV Sul Programamas



Fonte: Os autores (2016).

Na última categoria proposta, Curiosidades, também foi feita uma subdivisão com o objetivo de visualizar melhor os dados obtidos. Optou-se por criar as subcategorias Estado Civil e Parentesco para identificar o teor dos pedidos de informação (Gráfico 5).

Gráfico 5 – Pedidos de informação mais frequentes sobre a vida pessoal dos artistas



Fonte: Os autores (2016).

Análise e discussão dos dados

A primeira hipótese deste estudo – de que as cartas enviadas à redação da TV Sul Programas tinham como objetivos principais solicitar o endereço, sugerir matérias ou pedir fotos de artistas em destaque no momento, revelando o início de um processo de “celebrização” dos atores e atrizes de televisão – se comprova a partir da observação do Gráfico 3, onde é possível perceber, também, que os pedidos de foto prevaleciam sobre os pedidos de endereço e as sugestões de matérias. Esses dados permitem inferir que: a) a interação direta dos leitores/telespectadores com os artistas era feita exclusivamente por correspondência; b) existia uma dificuldade (por parte dos leitores e da própria revista) de se obter o endereço dos ídolos e, por isso, essa era uma informação de valor; c) na visão dos fãs, as fotos eram mais do que relevantes no

contexto de idolatria dos seus artistas (por isso se esgotavam tão rápido e eram tão solicitadas pelos leitores).

A segunda hipótese levantada por esta pesquisa, de que a revista não se restringia ao público de Porto Alegre, onde estavam as principais emissoras da época, se comprova a partir da análise do Gráfico 2. É possível concluir que Porto Alegre – e seus arredores (Canoas, São Leopoldo, Esteio e Novo Hamburgo) – concentrava o maior número de leitores, mas a revista tinha um alcance considerável e circulava até mesmo em outros estados, como Santa Catarina e São Paulo. Vale destacar a grande participação de leitores de Pelotas e de Caxias do Sul, cidade que somente teve emissora própria em 1969, com a fundação da TV Caxias (depois RBS TV Caxias do Sul).

Os dados também permitem estabelecer relações quanto aos conceitos e reflexões teóricas apresentados na introdução deste artigo. A grande quantidade de cartas enquadradas na categoria Estrelas, por exemplo, reforça a ideia de projeção do público – de suas frustrações, limitações, sonhos e fantasias – nos artistas e personagens da televisão na época. Os mais de cinquenta atores que são mencionados nas mensagens são um indício da capacidade da televisão de produzir e renovar suas estrelas (FERRÉS, 1998). É possível relacionar também a perspectiva sedutora da imagem – que mobiliza, comove, sensibiliza e envolve – a partir dos desejos e pedidos dos leitores à revista – endereços, fotos, informação sobre estado civil, etc. Uma ideia de voyeurismo afetivo (SODRÉ, 1977) que, por vezes, não enxerga os limites entre o real e a sua representação na tela.

Considerações finais

De uma forma geral, a análise das cartas enviadas pelos leitores e das respostas dadas pela revista permite enxergar a cobertura feita pela TV Sul Programas como uma espécie de diário dos primeiros passos da televisão no Rio Grande do Sul. Embora o destaque esteja sempre na perspectiva do telespectador, os conteúdos dão uma noção sobre a repercussão e a importância dos assuntos para a audiência na época. A análise da seção de cartas da revista permite concluir que o leitor da publicação, mais do que assistir à televisão, queria, de alguma forma, fazer parte do mundo apresentado por ela (WOLTON, 1996; MARCONDES FILHO, 1994). Queria entrar em contato com as suas estrelas e se corresponder com aquelas pessoas que apareciam nas novelas, nos programas de auditório, nos filmes e nos comerciais. Queria colecionar fotos para se

sentir mais próximo dos artistas (FERRÉS, 1998). Queria sugerir conteúdos que esclarecessem alguma dúvida ou saciassem alguma curiosidade, especialmente sobre a vida pessoal daquelas celebridades que diariamente entravam em sua casa por meio do aparelho de televisão.

O leitor da TV Sul Programas, como todo telespectador da época em que a revista circulou, via na televisão uma “janela para o mundo”. Via na televisão um meio de entretenimento, e até, quem sabe, de fuga da realidade. O leitor que enviava cartas para a revista – e que participava citando os nomes de seus artistas preferidos – o fazia reforçando o “laço social” que envolve, desde sempre, a televisão. Hoje esse meio de comunicação vive outros tempos – interatividade em outros níveis, tecnologia de imagem e de som, alta conectividade com outros dispositivos – mas a essência que o define como fluxo de imagens geradoras de laço social entre as pessoas ainda se mantém.

Referências

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- CARTAS. **TV Sul Programas**, Porto Alegre, p. 26, jan. 1967.
- CARTAS. **TV Sul Programas**, Porto Alegre, p. 24, fev. 1967.
- CARTAS à redação. **TV Sul Programas**, Porto Alegre, p. 32, out. 1966.
- CASETI, Francesco; ODIN, Roger. De la paléo- à la néo-télévision. Approche sémiopragmatique. In: **Communications**, n. 51, p. 9-26, 1990. Disponível em: <http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1990_num_51_1_1767>. Acesso em: 12 maio 2016.
- CAXIAS DO SUL. Afiliada RBS TV RS. **TBS TV**. 15 dez. 2011. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/noticia/2011/12/caxias-do-sul.html>>. Acesso em: 16 maio 2016.
- CORRESPONDÊNCIA. **TV Sul Programas**, Porto Alegre, p. 33, 15 jul. 1966.
- ECO, Umberto. TV: la transparencia perdida. In: **La estrategia de la ilusión**. Barcelona: Lumen, 1986, p. 200-223.
- FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas**. Porto Alegre: Artmed, 1998.
- GREEN, Maury. **Periodismo em TV**. Buenos Aires: Troquel, 1973.



HOHLFELDT, Antonio; CARVALHO, Caroline Corso de. Revista TV Sul – uma programação televisiva. **NUPPEC**. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, [S.d]. Disponível em: <<http://eusoufamecos.uni5.net/nupecc/revista-tv-sul-uma-programacao-televisiva/>>. Acesso em: 17 jul. 2017.

LEMOS, André. Anjos interativos e retribalização do mundo: sobre interatividade e interfaces digitais. 1997. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>>. Acesso em: 14 maio 2016.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**. São Paulo: Scipione, 1994.

MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. **TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil**. 2. ed. Florianópolis: Ed. UFSC, 2005.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

NUPECC [Núcleo de Pesquisa em Ciências da Comunicação]. Acervo digital “Revista TV Sul Programas”. [S.d.]. Disponível em: <<http://eusoufamecos.uni5.net/nupecc/conteudo/acervodigital/revista-tv-sul-programas/>>. Acessos em: 16 maio 2016, 27 dez. 2018.

POSTA restante TV Sul. **TV Sul Programas**, Porto Alegre, p. 4, nov. 1963.

SCOLARI, Carlos Alberto. **Ecología de la hipertelevisión**. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad en la televisión contemporánea. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Org.). **Televisão digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre: Sulina, Compós, p. 174-201, 2009.

SILVA NETO, Antônio Leão da. **Dicionário astros e estrelas do cinema brasileiro**. São Paulo: Imprensa Oficial, 1998.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**. Petrópolis: Vozes, 1977.

SRIVASTAVA, Hari Om. **Interactive TV technology and market**. Norwood: Artech House, 2002.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**. São Paulo: Ática, 1996.

Submetido em: 13.11.2016

Aprovado em: 01.07.2018

