CARAVANAS DA IDENTIDADE

por dentro da maior reportagem
do Brasil e perto dos brasileiros

Conselho Editorial

Alex Primo - UFRGS
Álvaro Nunes Larangeira - UTP
Carla Rodrigues - PUC-RJ
Cristiane Freitas Gutfreind – PUCRS
Erick Felinto – UERJ
J. Roberto Whitaker Penteado – ESPM
João Freire Filho - UFRJ
Juremir Machado da Silva – PUCRS
Michel Maffesoli – Paris V
Muniz Sodré – UFRJ
Philippe Joron – Montpellier III
Pierre le Quéau – Grenoble
Renato Janine Ribeiro – USP
Sandra Mara Corazza - UFRGS
Tania Mara Galli Fonseca – UFRGS

Maria Paula Schmidt Carvalho

CARAVANAS DA IDENTIDADE

por dentro da maior reportagem do Brasil e perto dos brasileiros

Editora Sulina

© Maria Paula Schmidt Carvalho, 2010

Capa: Danni Calixto
Projeto Gráfico: FOSFOROGRÁFICO/Clo Sbardelotto
Editoração: Clo Sbardelotto
Revisão: Mariane Farias
Fotos: Maria Paula Schmidt Carvalho e Gisela Pereira
Editor: Luis Gomes

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Bibliotecária responsável: Denise Mari de Andrade Souza CRB 10/960

C331c Carvalho, Maria Paula Schmidt
Caravanas da Identidade: por dentro da maior reportagem do Brasil e perto dos brasileiros / Maria Paula Schmidt Carvalho. – Porto Alegre: Sulina, 2010.
238 p.: Il.

ISBN: 978-85-205-0572-4
Contém caderno de fotos

1. Jornalismo. 2. Reportagem. 3. Caravana Jornal Nacional. I. Título.

CDU: 070
CDD: 070.1

Todos os direitos desta edição reservados à

EDITORA MERIDIONAL LTDA.
Av. Osvaldo Aranha, 440 – conj. 101
CEP: 90035-190 – Porto Alegre – RS
Tel.: (51) 3311-4082 Fax: (51) 3264-4194
sulina@editorasulina.com.br
www.editorasulina.com.br

Agosto/2010
Impresso no Brasil/Printed in Brazil

AGRADECIMENTOS

Obrigada aqueles que, desde o início, acreditaram no potencial de reflexão constante neste estudo. Tendo sido bolsista de Pós-Graduação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, agradeço pela oportunidade de retornar ao seio acadêmico, onde iniciei minha carreira de jornalista, há mais de quinze anos. Também agradeço aos colegas, professores, funcionários e a todos que, ao longo do processo, levantaram questionamentos, apontaram visões diferentes, ampliando o leque de análises. Em especial, obrigada ao professor doutor Leonel Aguiar, orientador desta pesquisa, pela paciência, clareza e honestidade, sem as quais ela não teria sido realizada. Obrigada a todos os brasileiros que concordaram em dar suas opiniões durante o estudo de campo e às prefeituras das cidades visitadas.

Também agradeço aos meus familiares e amigos pela confiança na capacidade de realização de mais este desafio. Afinal, aqueles que amamos dividem conosco a ansiedade, a carga emocional e o desgaste físico de momento tão marcante da vida acadêmica, como é o mestrado. Agradeço aos meus pais, João Claudio e Berenice Carvalho, aos irmãos Rodrigo e Patrícia, eternos companheiros, aos primos Cláudio e Ronaldo pelo apoio logístico, tão importante, em nossa etapa da viagem pelo Rio Grande do Sul. Meus agradecimentos, também, os colegas da RBS TV e ao Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.

Obrigada à diretoria, aos parceiros e amigos da TV Globo pela compreensão, pela liberdade de atuação e por, gentilmente, aceitarem dividir com o grande público o funcionamento de suas

rotinas produtivas no telejornalismo. Ao citar alguns nomes, entre tantos que fazem funcionar a gigantesca engrenagem da televisão, cada um com suas especialidades e talentos, estendo meus cumprimentos, individualmente, aqueles que concederam entrevistas para este trabalho: os jornalistas William Bonner, Fátima Bernardes, Pedro Bial, Ana Paula Brasil, Gisela Pereira e o engenheiro Francisco Oliveira. Meus cordiais agradecimentos, também, a Juarez Passos, Marcelo Moreira, Márcia Monteiro, Renato Ribeiro, Ali Kamel, Teresa Cavalleiro, Luis Erlanger, Sílvia Fiúza e Carlos Henrique Schroder.

Por fim, agradeço à força que a todos ilumina.

APRESENTAÇÃO

Pedro Bial

Os brasileiros e a televisão construíram uma relação singular, rara, não consigo apontar caso semelhante no mundo. Ainda tão iletrados, somos poliglotas nas linguagens audiovisuais.

Com a virada de milênio, a revolução digital e suas diabólicas maquininhas, micromilagres multiplicados através de toda a pirâmide social, essa intimidade entre telespectador e telinha ganhou dinâmica de furacão – agora, todo mundo pode fazer televisão, e faz.

Alguém pensando televisão, às ultimas consequências, isso é mais difícil encontrar. Parece-me que aqueles que ousam refletir sobre esse fenômeno do século passado, o fazem com pudor e cerimônia, de forma protocolar. E os outros, esses que fazem televisão, ou não têm tempo para a reflexão, ou estão cansados, ou não são ouvidos com a deferência merecida.

Creio que este livro de Maria Paula vem ajudar a demolir tais muros inúteis entre pensamento acadêmico e experiência profissional. A repórter sai a campo, com as ferramentas jornalísticas e produz teoria pertinente e relevante.

O objeto de reflexão, a "Caravana JN", foi um lance ousado, linguagem experimental dentro da instituição mais tradicional da TV brasileira. E deu certo!

Sigamos a proposta de Maria Paula. Teóricos e práticos, vamos nos libertar de protocolos e pensar, com olhos limpos, esse enigma onipresente na vida brasileira.

Não temos nada a perder, a não ser as velhas lentes.

SUMÁRIO

Introdução 11

1. Relações entre identidade e comunicação de massa 20

2. Aspectos históricos: a atividade jornalística
se concretiza e evolui 33
2.1. Invenções tecnológicas: o rádio como pioneiro 40

3. A caixa de ver longe: nasce a televisão 43
3.1. A mão de obra 50
3.2. Os equipamentos e o modelo estrangeiro..... 56
3.3. O jornalismo eletrônico norte-americano..... 59
3.4. O mito Walter Cronkite 64
3.5. O telejornalismo no Brasil 65
3.6. O satélite, as primeiras transmissões em rede
e a formação de uma sociedade de consumo de massa 69
3.7. O Jornal Nacional 77

4. Os diferentes tipos de Audiência 82

5. Seguindo a trilha da Caravana JN 91
5.1. Na terra missioneira 93
5.2. Em Minas Gerais, rumo à cidade histórica
de Ouro Preto 130
6. A bordo da Caravana JN: impressões de viagem 154
6.1 As influências da tecnologia 199

Considerações finais 213

Bibliografia 224

Na trilha da Caravana JN 227

INTRODUÇÃO

Este estudo sobre telejornalismo parte do reconhecimento do papel fundamental que a comunicação exerce para as relações humanas nas sociedades contemporâneas.

> Comunicação significa hoje o espaço de ponta da modernização, o motor da renovação industrial e das transformações sociais que nos fazem contemporâneos do futuro, já que, associada ao desenvolvimento das tecnologias de informação, a comunicação nos proporciona a possibilidade de atingir, finalmente, o passo da definitiva modernização industrial, da eficácia administrativa, das inovações acadêmicas e até o avanço democrático entranhado pelas virtualidades descentralizadoras da informática (Barbero, 2004, p. 150).

Felipe Pena é categórico quando diz que, "na sociedade pós-industrial, não há bem mais valioso que a informação" (Pena, 2005, p. 11).

Como profissional da área de televisão, com quinze anos de experiência em emissoras do Rio Grande do Sul, São Paulo e Rio de Janeiro, não foi difícil escolher a área do conhecimento em que eu desenvolveria minha dissertação, requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação Social do Programa de Pós-Graduação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. O gosto pessoal e a rotina de produção da informação, no exercício da profissão, levaram-me a optar por uma problemática envolvendo o moderno telejornalismo de rede brasileiro, sua linguagem e a forma como as notícias são concebidas e destinadas a

um público heterogêneo, fruto da cultura de massas, no período pós-moderno.

Este trabalho também nasce de minha vivência como repórter, apresentadora e editora de programas de televisão; funções através das quais obtive algumas das experiências profissionais mais intensas e emocionantes até hoje. A cadeia de produção de notícias do telejornalismo é um processo dinâmico, coletivo, muitas vezes complexo e sujeito a não ser bem compreendido. O desejo de discutir o tema, portanto, vem da crença na evolução constante do trabalho repensado rotineiramente.

Ainda que um estudo de campo sobre a cultura jornalística não seja uma pesquisa sobre outra sociedade, Felipe Pena sugere o método etnográfico para estudá-la, uma vez que a "tribo" dos jornalistas tem seus próprios costumes e ritos. Segundo o autor, a afinidade com a cultura das redações torna-se imprescindível para empreender um estudo dessa natureza, sendo que sua ausência demandaria a real necessidade de o pesquisador se integrar a essa comunidade, a fim de conhecê-la.

Todavia, o conhecimento acumulado na rotina das redações não bastaria para desenvolver um trabalho científico na área. Foi preciso enxergar o objeto sob outro prisma. Na universidade, encontramos subsídios para novas análises e propusemos um casamento entre teoria e prática.

Citado por Pena, em *Teoria do Jornalismo*, Roberto da Matta destaca a premência de um afastamento, ainda que temporário, para facilitar esse novo enfoque. "Para vestir a capa do etnólogo é preciso realizar uma dupla tarefa: transformar o exótico em familiar e o familiar em exótico". Mas como nem sempre é possível um desligamento total das tarefas diárias, apostamos na relação entre a experiência acumulada e a absorção de novos conhecimentos, a fim de construir uma nova perspectiva.

Inicialmente, acreditamos que um estudo sobre o telejornalismo não pode ater-se ao viés tecnicista da atividade e tampouco pode limitar-se a crítica ideológica desse dispositivo. Adelmo Genro

(1987) faz um convite à reflexão quando escreve que o jornalismo deve ser encarado como uma nova forma de conhecimento, que se distingue e completa as mediações que a ciência e a arte proporcionam para a compreensão do mundo humano. Dessa forma, o jornalismo precisa ser estudado em sua particularidade, como uma modalidade de conhecimento social, tendo em vista que ele "envolve uma forma específica de apreensão e reprodução da realidade, uma determinada funcionalidade técnica e uma linguagem" (Genro, 1987, p. 99).

Este livro é fruto de pesquisa realizada no campo das relações entre a cultura de massa e identidade nacional e propõe uma análise de recepção das notícias televisivas. A partir de um estudo de caso, pretende analisar:

a) a forma como os telespectadores recebem e decodificam as reportagens;
b) como os grupos sociais analisados interagem a partir das mensagens telejornalísticas e com os profissionais da TV;
c) de que forma esse conteúdo colabora para a construção de uma identidade nacional.

Ao abordarmos o tema sob seus aspectos históricos, veremos que a televisão brasileira, especialmente o telejornalismo, se tornou um importante dispositivo de construção de uma ideia de brasilidade, o que se acentuou a partir do final dos anos 1960, com o surgimento da primeira rede nacional de televisão e do primeiro telejornal de abrangência nacional.

Todavia, não pretendemos limitar nossas análises ao viés histórico. Tampouco aos aspectos técnicos e ideológicos da atividade, como já foi dito. Conjuntamente, pretendemos analisar como o público do telejornal de rede se posiciona diante do que vê na televisão a seu respeito; as relações sociais estabelecidas em determinados grupos a partir da recepção das mensagens televisivas, além de abordar questões como a afetividade e a curiosidade do telespectador em relação a um produto já conhecido da

indústria cultural de massa. Também observaremos o assunto sob o aspecto das rotinas produtivas de notícias e o impacto de um projeto considerado inovador na televisão de rede para o futuro do telejornalismo.

Nosso objeto de estudo foi a Caravana do Jornal Nacional, da TV Globo, ocorrida entre os meses de agosto e setembro de 2006. Ao levar não apenas os apresentadores do mais respeitado telejornal do país, como o próprio espetáculo da televisão ao vivo, para o interior do Brasil, a Caravana JN representou um exemplo concreto de inovação no telejornalismo de rede nacional. O projeto foi reconhecido internacionalmente com a indicação de finalista na categoria de jornalismo do *Emmy Awards* 2007, o prêmio mais importante da televisão norte-americana, que é concedido pela Academia Internacional de Televisão, Artes e Ciências, comparado ao "Oscar da televisão".

De ônibus e de barco, numa jornada de 16.409 km rodados, a Caravana JN percorreu as cinco regiões do Brasil, produzindo e transmitindo 52 reportagens pelo caminho. Em foco, o cidadão brasileiro e seus desejos.

Nossa atenção se volta para a recepção das mensagens, tendo como amostra as pessoas que viveram a experiência da passagem da Caravana JN por suas cidades, com os seguintes objetivos:

a) investigar de que modo essas pessoas entenderam a representação feita nas reportagens da Caravana JN, nas suas localidades;
b) como decodificaram a passagem da Caravana JN, mostrando a tensão entre os âmbitos local e global;
c) identificar como elas vivenciaram o encontro com os profissionais da Rede Globo;
d) observar que tipo de efeitos esse encontro teve sobre a interação social dos espectadores;
e) analisar que efeitos esse encontro resultou no modo de recepção do Jornal Nacional.

O assunto desperta especial interesse num país em desenvolvimento como o Brasil, onde a taxa de analfabetismo chega a 10% entre os maiores de 15 anos e a televisão, juntamente com o rádio, assume função determinante na divulgação de informações.[1]

Em *A nova televisão,* Nelson Hoineff já constatava:

> mais de 80% da população brasileira assistem diariamente à TV. A maior parte faz dela sua principal ou única fonte de informação. É a televisão que sugestiona a opinião, os valores e o comportamento da maioria dos brasileiros (Hoineff, 1996, p. 34).

O interesse pelo assunto aumenta quando consideramos a rica diversidade social e cultural do Brasil, país onde o exame das características do telespectador pode revelar, em detalhes, a face abstrata dessa audiência.

Outro ponto a ser abordado é o impacto causado pelo aparato tecnológico da televisão e pela presença de seus profissionais na rotina de determinados grupos sociais, a partir da experiência da passagem da equipe de telejornalismo por cinquenta e duas cidades.

Devemos pontuar que a viagem da Caravana JN ocorreu às vésperas das eleições presidenciais de 2006. Considerando que 2010 marca a escolha de novos governantes para o país, a discussão ganha em atualidade e importância. O desejo de conhecer a fundo um país de dimensões continentais como o nosso e de compreender melhor o povo brasileiro também seriam razões suficientemente nobres para o trabalho. Mas identificamos, ainda, a busca pela qualidade na comunicação, através da forma mais apurada de se dirigir ao público, considerando os aspectos diversos da massa de telespectadores. Eis um objetivo e quase uma obsessão para os jornalistas.

A fim de cumprir nossos objetivos, partimos em uma viagem em busca dos diferentes grupos que tiveram contato com a

---

[1] Pesquisa Nacional por amostra de Domicílios, realizada pelo IBGE 2008.

Caravana JN. Procuramos entrevistados, pessoas que se apresentaram como anfitriões em seus municípios e aqueles que compareceram espontaneamente para assistir às transmissões ao vivo do telejornal. Eis um ponto que merece destaque.

Entre muitas inovações de ordem técnica, além de alterações substanciais das práticas e das rotinas produtivas de notícias, a viagem da Caravana JN apresentou outra novidade relevante. O fato de os apresentadores fazerem transmissões ao vivo, em praça pública, transformando, pelo menos por alguns momentos, o Jornal Nacional num programa telejornalístico com plateia.

Convencionalmente, como se apresentam hoje nas grades das emissoras de TV, os telejornais são produzidos em estúdios fechados ou em espaços previamente preparados com auxílio de cenografia, dentro das redações. Locais equipados com luz e som especialmente projetados para o trabalho, sendo quase tudo monitorado por computadores e sensores. Um ambiente altamente controlado, criado para o fim a que se destina e onde a presença de pessoas estranhas ao processo de produção não é comum. Ao posicionar lado a lado os apresentadores e o público, a Caravana JN resultou numa forma híbrida de telejornalismo, em que um noticioso tradicional flertou com os programas de auditório.

A exemplo do que fez a Caravana JN, em 2006, viajamos para as regiões Sul e Sudeste, onde reencontrarmos as pessoas que tinham sido entrevistadas pelo Jornal Nacional na época. Tais entrevistas permitiram uma análise qualitativa baseada nas respostas e opiniões do público-alvo.

Também foram objetos de investigação as reportagens produzidas em cada cidade e a reação dos participantes ao material que foi levado ao ar. Como destacamos acima, desperta-nos interesse, também, o encontro do público com os profissionais que fazem o telejornal, as reações e observações pertinentes a esse encontro real entre partes que, até então, somente estiveram ligadas de forma virtual.

Para coletar tais evidências, utilizamos a metodologia da documentação por meio de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. Ouvimos relatos e testemunhos daqueles que participaram do projeto, reconstruindo a história oral a partir de fragmentos de memória.

Apesar de nossa vinculação profissional à TV Globo, em todas as comunidades visitadas fomos introduzidos como estudantes de mestrado em comunicação social, a fim de neutralizar possíveis consequências ou interferências na coleta de dados.

Ao mesmo tempo em que ouvimos o público telespectador, questionamos os profissionais da Rede Globo envolvidos no projeto. Afinal, somente conhecendo o dia a dia da Caravana JN na estrada poderíamos analisar a experiência sob o ponto de vista das transformações nas rotinas produtivas durante esses dois meses de viagem. Veremos como o projeto foi pensado e executado, seu ineditismo, além das avaliações posteriores feitas por representantes dos diversos setores envolvidos.

Ao investigarmos como se deu o processo de produção da informação, esse estudo segue a teoria do *Newsmaking,* através da qual o jornalismo é uma construção social de uma suposta realidade. Tuchman, citada por Felipe Pena, diz que "o processo de produção da notícia é planejado como uma rotina industrial. Tem procedimentos próprios e limites organizacionais" (Pena, 2005, p. 128-130). Entre eles, a tirania do tempo, os critérios de noticiabilidade, a hierarquia organizacional da empresa, entre outros. A unificação de práticas na produção de notícias pode ser vista como uma tentativa de organizar o caos diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, da sucessão de fatos e da dificuldade de colocar ordem no tempo e no espaço.

Como ponto de partida, buscaremos fundamentação teórica nos estudos sobre comunicação de massa que apontam a consolidação do telejornalismo como fruto da indústria cultural e nos estudos sobre o público e sua interação com os veículos de comu-

nicação, numa sociedade cada vez mais veloz e mutante. O ponto central desses estudos revela que, nas diversas modalidades de jornalismo, o emissor trabalha apenas com uma representação do que seja o seu espectador.

As relações entre identidade e comunicação de massa fazem parte do campo teórico onde acontece essa discussão e serão abordadas a seguir. Identificamos nessa problemática um terreno fértil para a análise e que pode ser considerado, inclusive, como um objetivo secundário desse trabalho: identificar o papel da televisão como agente construtor de uma ideia de brasilidade. O assunto será estudado a partir de uma abordagem teórico-histórica e também por intermédio das entrevistas que foram feitas com o público telespectador.

O capítulo 2 vai abordar aspectos históricos da atividade jornalística, sua evolução e as invenções tecnológicas que tiveram o rádio como veículo pioneiro. A invenção da TV é nosso assunto no capítulo 3, onde discutiremos também questões como mão de obra, equipamentos, a influência do modelo estrangeiro e os mitos que marcaram época. O nascimento do telejornalismo brasileiro, as transmissões em rede e a formação de uma sociedade de consumo de massa também serão abordados nessa etapa. No capítulo 4, falaremos sobre os diferentes tipos de audiência. No capítulo 5, partiremos numa viagem seguindo a trilha da Caravana JN. O capítulo 6 relata as impressões dos jornalistas e técnicos que executaram o trabalho, compreendendo como a experiência afetou a cada um. Não podemos deixar de abordar, tampouco, a tecnologia empregada pela Caravana JN, que permitiu a concepção de um projeto dessa natureza. O capítulo 7 será destinado às considerações finais.

Por último, mas não menos importante, é o fato de que este estudo complementa trabalho iniciado na Faculdade dos Meios de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Como agora, o Jornal Nacional havia sido objeto de

estudo em nossa monografia de conclusão do curso de Jornalismo. O centro da pesquisa, naquela época, era a substituição dos apresentadores do Jornal Nacional. O tema foi desenvolvido por intermédio de um trabalho de campo, com o objetivo de identificar as reações dos porto-alegrenses à novidade. Os resultados foram publicados em 1996, sob o título *O que pensam os porto-alegrenses sobre a mudança dos apresentadores do Jornal Nacional.*

Doze anos após termos nos debruçado, pela primeira vez, sobre a trajetória do telejornal mais importante do país, chegamos a um marco temporal. Em 2009, completaram-se quarenta anos do Jornal Nacional, primeiro telejornal em rede nacional via satélite do país. Assim, parece-nos oportuno repensar o conceito de rede de televisão e de integração nacional.

Finalmente, ao analisarmos um produto contemporâneo da cultura de massa, esperamos estar propondo uma contribuição aos estudos acadêmicos sobre telejornalismo.