

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

Felipe Lopes Menicucci

BOM DIA HOMEM DO CAMPO:

A construção do personagem no Globo Rural

Juiz de Fora
Junho de 2016

Felipe Lopes Menicucci

BOM DIA HOMEM DO CAMPO:

A construção do personagem no Globo Rural

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação, área de concentração: Comunicação e Sociedade; linha de pesquisa: Cultura, narrativas e produção de sentido, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Maria Cristina Brandão de Faria

Juiz de Fora

Junho de 2016

Felipe Lopes Menicucci

BOM DIA HOMEM DO CAMPO:

A construção do personagem no Globo Rural

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação, área de concentração: Comunicação e Sociedade; linha de pesquisa: Cultura, narrativas e produção de sentido, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Maria Cristina Brandão de Faria

Aprovada pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof^ªDr^ª Maria Cristina Brandão de Faria (UFJF) – orientadora

Prof^ªDr^ª Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF) – convidada

Prof. Dr. Marcel Henrique Ângelo (FDV) – convidado

Conceito obtido: _____.

Juiz de Fora, 06 de junho de 2016.

Dedico esta dissertação aos que se propõem a transmitir saberes. Sejam eles da cidade ou do campo.

AGRADECIMENTOS

Ser grato é um privilégio. Não só porque é uma oportunidade de retribuir uma ajuda, ou por ser um gesto de carinho. É porque agradecer a alguém pressupõe a existência do outro. Mostra que as relações entre as pessoas não foram perdidas. Pra mim, essas relações constituem a base das minhas crenças e dos meus valores. Em todos os momentos que a vida presenteia com conquistas, é justo ser grato com quem esteve comigo:

À minha família, que em todos os momentos – para o meu bem – me apoiou longe de casa, numa caminhada que já completa dez anos pelas Minas Gerais.

À minha esposa, pela inspiração cotidiana de persistência e caráter e por me abrigar no coração todos os dias.

À Cristina Brandão, minha orientadora, por ter contribuído com a minha jornada pela área acadêmica.

Aos professores do mestrado, Weden Alves, Iluska Coutinho, Carlos Pernisa Júnior, Christina Musse e Claudia Thomé, por estimularem a renovação do meu olhar sobre a comunicação.

À TV Integração, minha casa durante 5 anos, pelas inúmeras chances de conhecer outras pessoas, ouvir boas histórias e me emocionar em cada reportagem.

Aos meus colegas de trabalho, parceiros das dificuldades e alegrias, por mostrarem que com bom humor, profissionalismo e ética as portas estarão sempre abertas.

Aos meus alunos, professores e servidores da UFV, por me acolherem novamente, dessa vez numa nova etapa da minha vida profissional.

E a todos que dedicam a vida ao campo. Obrigado por revelarem a grandeza do ser humano preservada nos gestos mais simples.

RESUMO

Esta dissertação é sustentada por estudos da comunicação relativos às narrativas e representações sociais. Essas conceituações foram aplicadas à televisão, entendida como veículo de abrangência nacional que insere os telespectadores no mesmo espaço midiático. Porém, mesmo sendo um veículo de massa, proporciona a difusão de saberes específicos ou regionais. É o caso de programas voltados para as pessoas que vivem e trabalham em comunidades rurais. Essa parcela da população, representante da diversidade cultura brasileira, está presente na mídia. E é retratada ao longo dos anos tanto nas produções jornalísticas – seja como público-alvo e/ou como pauta – quanto nas produções ficcionais das emissoras de TV aberta. A partir da compreensão de conceitos e abordagens, propõe-se, então, a caracterização de como o jornalismo utiliza nas reportagens elementos característicos de produções ficcionais para representar o “homem do campo”. O *corpus* da pesquisa são as edições do Globo Rural, exibido semanalmente pela Rede Globo. Por meio da metodologia de Análise de Conteúdo, exploramos três edições do programa para detectar a construção dos trabalhadores do campo enquanto personagens das reportagens. A análise das edições levou a resultados que mostram aproximações entre tipos interioranos presentes na ficção e no jornalismo e a presença de elementos narrativos em comum, como a descrição de cenários, enquadramentos de câmera e roteirização do texto do repórter.

Palavras-chave: Televisão. Telejornal. Ficção. Representação. Rural.

ABSTRACT

This master's thesis is supported by communication studies on narrative and social representations. These concepts have been applied to television, understood, understood as nationwide vehicle that enters the viewers in the same media space. But even as a mass medium, it provides the dissemination of specific or regional knowledge. This is the case of programs for people who live and work in rural communities. This portion of the population, representing the diversity Brazilian culture is present in the media. And it is portrayed over the years both in journalistic productions - either as target audience and/or as an agenda - as the fictional productions of television stations open. From the understanding of concepts and approaches, it is proposed, then the characterization of how journalism uses the reports characteristic of fictional productions to represent the "man of the field". The corpus of the research are issues of "Globo Rural", appears weekly by Rede Globo. Through content methodology of the Content Analysis, we explore three editions of the program to detect the construction of field workers as characters of the stories. The analysis of issues led to results that show similarities between provincials types present in fiction and journalism and the presence of narrative elements in common, such as the description of scenarios, camera framing and scripting reporter text.

Keywords: Television. TV news. Fiction. Representation. Rural.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figuras 1 e 2	42
Figuras 3 e 4	44
Figuras 5 e 6	45
Figura 7	72
Figuras 8 e 9	73
Figuras 10 e 11	74
Figuras 12 e 13	80
Figura 14	81
Figura 15	82
Figura 16	83
Figuras 17 e 18	84
Figura 19	85
Figuras 20 e 21	86
Figuras 22 e 23	89
Figura 24	90
Figura 25	91
Figura 26	92
Figuras 27, 28 e 29	93
Figura 30	94
Figura 31	95
Figuras 32 e 33	96
Figura 34 e 35	97
Figura 36	99
Figura 37	100
Figuras 38, 39 e 40	101
Figura 41	102
Figuras 42 e 43	103
Figuras 44 e 45	104
Figura 46	105
Figuras 47, 48 e 49	106
Figuras 50 e 51	107
Figuras 52 e 53	108
Figuras 54 e 55	109
Figura 56	110

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – quantitativo de entrevistados e personagens rurais da edição de novembro..87

Tabela 2 – quantitativo de entrevistados e personagens rurais da edição de dezembro..98

Tabela 3 – quantitativo de entrevistados e personagens rurais da edição de janeiro.....111

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REPRESENTAÇÕES DE PECULIARIDADES REGIONAIS	15
2.1 A PRESENÇA DO “CAIPIRA” NA MÍDIA	17
2.2 A TELEVISÃO COMO ESPAÇO DE REPRESENTAÇÕES	18
3 NARRATIVAS E PERSONAGEM	24
3.1 APROXIMAÇÕES NARRATIVAS ENTRE FICÇÃO E JORNALISMO NA TV.....	26
3.2 OS TELEJORNAIS	30
3.2.1 O repórter	32
3.3 OS PERSONAGENS	36
3.3.1 Os personagens rurais nas telenovelas	39
3.3.2 Personagens no jornalismo	47
4 BOM DIA HOMEM DO CAMPO	50
4.1 ANÁLISES SOBRE O RURAL BRASILEIRO	52
4.2 A COMUNICAÇÃO RURAL	57
5 APRESENTAÇÃO DO GLOBO RURAL	6
5.1 A ESCOLHA DO PROGRAMA.....	66
5.2 A LINHA EDITORIAL DO GLOBO RURAL	67
5.2.1 Mudanças na grade de programação	68
5.3 A CARTILHA DO GRUD	69
5.4 ABERTURA E CENÁRIOS DO PROGRAMA	72
6 ANÁLISE DAS EDIÇÕES	75
6.1 METODOLOGIA DE ANÁLISE DAS EDIÇÕES	75
6.1.1 Categorias de análise	78
6.2 EDIÇÃO DE 08 DE NOVEMBRO DE 2015	78
6.3 EDIÇÃO DE 20 DE DEZEMBRO DE 2015	88
6.4 EDIÇÃO DE 30 DE JANEIRO DE 2016	98
7 CONCLUSÃO	112
8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	115

1 INTRODUÇÃO

Contar histórias é uma necessidade do ser humano tão antiga quanto lutar pela sobrevivência. Seja com gestos corporais primitivos, com desenhos feitos à mão nas rochas das cavernas ou através dos sons e das palavras, repassar algo para alguém se tornou nossa maior forma de deixar um legado. As histórias sempre tiveram temáticas e finalidades diversas: relatar grandes caçadas, convencer sobre a permanência ou não em determinado lugar, criar mitos para manter coesa uma sociedade, transmitir saberes e repassar técnicas essenciais para a manutenção da vida cotidiana.

Poderíamos elencar diversas intenções e usos das histórias, mas vamos nos ater a um ponto para onde todas elas convergem: a identificação com o ser humano. Essa presença pode ser traduzida na figura do personagem. Desde as antigas peças do teatro grego, o personagem se torna o vetor de tradução de sentimentos humanos cruciais para as narrativas: dor, raiva, amor, vingança. Elementos que, sem a figura humana – ou humanizada¹ – não seriam explorados com tanta fidelidade e tanto apelo junto ao público. A criação de personagens se tornou uma constante e foi incorporada pelos meios de comunicação.

Dos vários elementos narrativos encontrados nas histórias contadas pelo ser humano, a figura do personagem está presente tanto em narrativas ficcionais quanto nas jornalísticas. E dos componentes da narrativa comuns entre ambas as áreas, o personagem talvez seja o que mais depende das intenções do narrador. É o “contador da história” (repórter, autor de novela, escritor, etc.) que determina os caminhos e os contextos em que o personagem vai se basear para cumprir determinada finalidade narrativa.

É percorrendo esses caminhos que vamos investigar a construção do personagem na narrativa jornalística baseada na incorporação de elementos presentes nas narrativas ficcionais. Aplicamos um recorte de um objeto para análise. Este objeto pode ser entendido como um “perfil” de personagem que está inserido tanto em matérias jornalísticas quanto em obras ficcionais. E que, historicamente, é alvo de representações midiáticas. Estamos falando do homem do campo².

¹ Em uma fábula, os animais têm sentimentos humanos. Até mesmo objetos e brinquedos, por exemplo, podem adquirir sentimentos análogos aos humanos. (CÂNDIDO *et al*, 1998)

² O termo “homem do campo” é uma construção que não tem a intenção de estabelecer diferenças de gênero. Portanto, não deixaremos de contemplar a “mulher do campo” na abordagem. A opção pelo termo

Na década de 1950, a população rural era maior que a urbana. Ao longo das décadas, essa ordem foi se invertendo. De acordo com dados do IBGE, nos anos 70, pouco mais de 32% dos brasileiros moravam em áreas pouco urbanizadas. A situação do homem do campo atualmente é comparada ao retrocesso, ao que a sociedade já foi e ao gostaria de ser outra vez. A representação desse discurso na mídia, seja a televisão ou o cinema, não foi atualizada e reproduz padrões muitas vezes ultrapassados. O desenho da nova ruralidade mostra um indivíduo morador da zona rural que não está limitado a determinado espaço. Uma característica que permite afirmar que não é o ambiente que diferencia o homem do campo do urbano. E sim a noção de pertencimento e a força identitária daquele indivíduo com o meio em que vive. (CARNEIRO, 1997).

O morador da zona rural das cidades já era retratado pela mídia e pelas artes. Mas foi na televisão que o personagem rural passou a ocupar um espaço consolidado e definitivo. A pesquisadora Marialva Barbosa afirma que “a década de 1970 tem como singularidade nessa história dos processos comunicacionais em território brasileiro a emergência da televisão como meio massivo” (BARBOSA, 2013, p.322).

E o programa onde o homem do campo é público e ao mesmo assume um papel de protagonista nas reportagens é o “Globo Rural”, no ar desde a década de 1980 na Rede Globo e é atualmente o mais representativo produto jornalístico da TV aberta que retrata e é voltado para a transmissão de saberes técnicos relacionados ao contexto rural.

O programa inicialmente exibido apenas no domingo ganhou edições diárias em 2000. O “Globo Rural” diário apresentava o homem do campo para um público interessado em saber das questões de mercado do agronegócio e da agricultura familiar. Os programas inéditos iam ao ar às 06h de segunda à sexta com duração de trinta minutos. Atualmente, apenas as edições de dominicais foram mantidas na grade de programação. Fato que torna as discussões sobre o jornalismo especializado e as distinções entre os espaços rurais e urbanos atuais.

Para chegar ao objetivo proposto, vamos traçar um caminho sustentado por abordagens teóricas sobre as narrativas jornalística e ficcional, bem como algumas considerações sobre a comunicação rural no país e as escolhas metodológicas adotadas na pesquisa, aproximando autores e trazendo à tona conceitos relevantes para a compreensão do tema.

justifica-se por se tratar de uma expressão popular, difundida inclusive no meio rural, usada para designar pessoas que trabalham e vivem em comunidades rurais.

Sendo assim, o capítulo inicial aponta as principais reflexões sobre as representações nacionais e os padrões sociais de representação compreendidos pela sociedade brasileira. Esta discussão é aplicada sob a ótica da televisão, conhecida como veículo de massa responsável por reproduzir e representar para o grande público traços da sociedade e peculiaridades regionais. Entre essas construções mediadas pela TV está a figura do “caipira”. A discussão sobre a representação do rural torna-se um aspecto cultural do país e vai ser abordado no capítulo como uma questão de unidade cultural nacional, sem deixar de lado a interpretação de que as tipificações são muitas.

Na sequência, a intenção é definir o que consideramos sobre narrativas e personagens, conceitos fundamentais que norteiam a pesquisa. Trabalhamos as aproximações narrativas entre ficção e jornalismo e o uso do personagem enquanto recurso narrativo, ainda mantendo a televisão como foco das discussões.

Entendemos a TV aberta como uma sequência de programas exibidos segundo uma ordem. A grade de programação mescla assuntos variados e cria um hábito na audiência. Mesclar produtos jornalísticos com ficcionais é uma característica das emissoras e, por isso, um subcapítulo que condensa as principais informações sobre o gênero ficcional mais comum e popular da TV aberta: as telenovelas. Nelas, as representações sociais são potencializadas e extrapolam os capítulos diários, passando a fazer parte também de outras produções, incluindo as jornalísticas.

Para contemplarmos as vertentes estudadas, um subcapítulo dedica-se ao uso do personagem em produtos telejornalísticos. Diferentemente da ficção, onde os personagens são criados com base na imaginação do autor/roteirista/diretor e do ator, no jornalismo essa construção é influenciada por padrões existentes, ditos como “reais”. O homem do campo está presente nas notícias de maneira representada.

O quarto capítulo destaca um aspecto específico do jornalismo: a comunicação rural e a importância de informações especializadas para segmentos de público. Neste capítulo, trataremos as mais recentes discussões sobre o cenário rural brasileiro e a importância da comunicação voltada para o homem do campo. Seja com a função de difundir saberes técnicos ou retratar essa parcela da população nas produções audiovisuais. No caso da comunicação rural, mostra-se o homem do campo nas reportagens tendo o próprio homem do campo como público-alvo, eleva-se a notícia a uma dimensão cultural porque elas retratam o que faz sentido para a sociedade naquele determinado tempo e no lugar onde ela vive (TRAQUINA, 2004).

As informações contidas neste capítulo são relevantes para entendermos pontos que ajudaram a definir a linha editorial do programa analisado, bem como conhecer características das comunidades rurais atuais, que antes eram vistas como lugares “atrasados” e que agora ganham o auxílio da tecnologia e de mão-de-obra capacitada. Com esta leitura, vemos que os tipos estereotipados de “caipira”, “roceiro” e “matuto” ficaram no plano do imaginário coletivo, dando lugar também a produtores agropecuários, empresários e donos de terra.

Seguimos para apresentar, no quinto capítulo, o nosso objeto de estudo: o “Globo Rural”. A história do telejornal, os principais apresentadores, como está disposta a equipe de trabalho e a dinâmica do telejornal, que deixou de ser diário para ter apenas a edição semanal aos domingos. Um fato que atualiza o trabalho e implica em uma análise sobre o formato, a linguagem, cenário, trilha de abertura e outras questões técnicas. Neste capítulo, o texto aborda o conteúdo do “Globo Rural”. Qual o público do telejornal mais representativo e de maior audiência voltado para o homem do campo? Como essa linha editorial mudou ao longo das décadas e manteve, ao mesmo tempo, a missão de levar informações técnicas e conhecimento científico às comunidades rurais distantes. E uma reflexão sobre a recente mudança na grade de programação matinal da Rede Globo que substituiu um programa voltado para um público específico por outro, de audiência mais abrangente.

A análise das edições está contida em outro capítulo e segue metodologia da análise de conteúdo. Três edições semanais do “Globo Rural” foram escolhidas, sendo uma de cada mês: novembro e dezembro de 2015 e janeiro de 2016. O material bruto soma pouco mais de duas horas de duração e passou por um processo de decupagem, em que todo o conteúdo do programa foi traçado.

A partir da análise de três edições, vamos esmiuçar a presença do homem do campo nas reportagens. Uma avaliação quantitativa num primeiro momento corrobora o fato de que o homem do campo é a figura central do telejornal. Através de uma observação qualitativa, a intenção é detectar de que forma se dá esse protagonismo e quais são os recursos ficcionais usados na construção do personagem rural nas reportagens do telejornal.

2 REPRESENTAÇÕES DE PECULIARIDADES REGIONAIS

A identidade brasileira é marcada pela diversidade. Seja na cor da pele, no traço físico, nos hábitos de comer, vestir, se relacionar. Uma pluralidade vista e comprovada no dia a dia, nas relações interpessoais dentro das mais variadas instituições sociais: família, escola, trabalho, etc. Essa diversidade é reconhecida pela Política Nacional de Cultura do governo Federal, que entende a construção da identidade brasileira como o produto da aculturação de diversas origens. Ela “decorre do sincretismo de diferentes manifestações que hoje podemos identificar como caracteristicamente brasileiras, traduzindo-se num sentido que, embora nacional, tem peculiaridades regionais”. (ORTIZ, 2012, p. 93)

Sobre “peculiaridades regionais”, podemos inferir que cada integrante de determinada região confere sentido a algo de forma diferente. O que é comum para o morador da cidade pode ser “peculiar” para o morador da zona rural. Ou seja, esse processo de reconhecimento do que é ou não pertencente ao meio é fruto de interpretações individuais. Estas estão intimamente ligadas aos saberes, aos conhecimentos e às tradições daquele indivíduo. Em síntese, varia de acordo com a cultura de cada povo.

O conceito de cultura pode ser analisado como algo inerente ao ser humano. “Toda criação humana, material ou não material, é cultura; onde não há criação ou intervenção humana, temos somente a natureza e não cultura.” (DIAS, 2010, p. 50). O processo de atribuir sentido aos próprios atos e aos próprios legados acaba por construir, de forma simbólica, uma identidade para aquele indivíduo. Ele, num desejo ancestral de sobrevivência, se une a outros que compartilham do mesmo pensamento, numa tentativa de obter um “conforto social” no meio em que vive. A partir daí, o hábito de um influencia o hábito do outro, dentro daquele mesmo grupo. Essa “padronização” de hábitos cria uma identidade que pode não ser autêntica, mas tem valor para aquela sociedade. Ao impor esses conceitos como certo e errado, desconsideramos haver uma infinidade de grupos e pessoas que pensam diferentes entre si e que constituem, entre si, um outro grupo social.

Segundo ORTIZ (2012), o povo brasileiro foi influenciado a formar grupos sociais levando em conta dois fatores principais: o meio e a raça. A extensão territorial do país levou à formação de grupos que viviam nas matas, no litoral, às margens dos

rios, nos sertões e onde mais tivesse condições de permanência. Quanto à raça, “o Brasil se constituiu através da fusão de três raças fundamentais: o branco, o negro e o índio.” (ORTIZ, 2012, p.20)

O caráter geográfico e étnico permite identificar e caracterizar uma sociedade que é diversa, mas pertencente a uma unidade que chamamos de identidade brasileira. Em momentos diferentes da História, determinadas culturas foram suprimidas por outras. A luta pela definição do que seria uma identidade autêntica é uma forma de se delimitar as fronteiras de uma política que procura se impor como legítima (ORTIZ, 2012). Colocar a problemática dessa forma é, portanto, dizer que existe uma história da identidade e da cultura brasileira que corresponde aos interesses dos diferentes grupos sociais na sua relação com o Estado.

O fenômeno de “retorno” de determinadas culturas a um grupo social é explicado por fatores que permitem que culturas minoritárias tenham expressão. Um desses fatores é “o relativo enfraquecimento do Estado-nação, que não mais consegue controlar as manifestações das diferentes culturas dentro do seu espaço e sob sua alçada.” (DIAS, 2010, p. 68) Antes, fortalecido, o Estado era capaz de dialogar com diferentes expressões e identidades nacionais, mantendo-os dentro de uma unidade e com um certo diálogo. Se fica enfraquecido, o Estado perde essa capacidade de arbitrar e as identidades minoritárias passam a reivindicar mais autonomia, para se reestruturar perante a falta de referência.

O outro fator é a “potencialização da sua capacidade de expressão cultural devido ao crescimento dos meios de comunicação e da tecnologia”. (DIAS, 2010, p. 68). Os meios de comunicação – sejam os da chamada “mídia tradicional” como TV, rádio e impresso e a internet – podem ser usados pelas minorias para amplificar o discurso delas.

Os veículos de comunicação acabam rompendo as fronteiras do que é entendido como “cultura de massa” e “cultura popular”. Se antes, o primeiro termo se definia ao produto da indústria cultural, à repetição de conteúdo quase como uma imposição de consumo, hoje, o acesso à tecnologia permite que a cultura popular tenha quase a mesma força e alcance. Manifestações de cultura popular são potencializadas com atuação do ativismo nas redes e passam a se tornar conhecidos e apropriados pela indústria cultural.

2.1 A PRESENÇA DO “CAIPIRA” NA MÍDIA

O jornalismo impresso se consolidou como primeiro veículo que alcançava grandes públicos. As notícias do dia anterior eram lidas por milhares de pessoas nas cidades. As capitais tinham os próprios jornais e as cidades do interior também. A rádio emergiu nos anos 1920, época de sua Era de Ouro, como o meio de comunicação com grande audiência. A possibilidade do registro ao vivo, a “conversa” entre locutor e ouvinte, a transmissão de mensagens através do som e da fala consolidou esse meio como um dos mais vindouros.

O rádio foi o primeiro veículo que chegou ao público rural. A fatia da audiência, até então pouco explorada, ganhou espaço em programas conhecidos até hoje como o “A Hora do Fazendeiro” da Rádio Inconfidência. Há 75 anos no ar é um dos mais antigos programas de rádio voltados para o produtor.

No cinema, a temática rural alcançou diversos tipos de público graças às diferentes interpretações do personagem na telona. O caipira, o sertanejo, o cangaceiro e o matuto eram tipos baseados em estereótipos. O narrador cinematográfico (que pode ser entendido nas entrelinhas como as grandes companhias produtoras dos filmes) retratava a temática rural de acordo com as particularidades regionais. Na São Paulo dos anos de 1930, o pequeno agricultor cedia espaço para a elite agrária. O cinema, naquela época, era uma forma de reafirmar a identidade cafeeira paulista, abalada pela crise. Ou seja, eram histórias em que se mostravam grandes fazendas, casarões abandonados que aos poucos voltavam à ativa por méritos de “empresários rurais” dispostos.

O cangaço surgiu em seguida e o homem do campo passou a ser coadjuvante. A morte, a “vida severina” e as confusões causadas pelos cangaceiros nordestinos dominavam a temática dos filmes. O sertanejo, pobre e amedrontado, vivia em segundo plano, tentando sobreviver. As décadas de 1950 e 1960 são um bom período para análise desse conflito porque, nessa época, o Brasil saía de uma primazia rural para um desenvolvimento urbano, do exclusivismo agrário para a industrialização. E a produção dos filmes era baseada nos conflitos da sociedade.

A temática caipira voltou às telas de uma forma simples e potente. Nenhuma representação do rural no cinema foi tão icônica quanto o personagem Jeca Tatu, interpretado por Mazzaropi. Como afirma a pesquisadora Célia Tolentino, “só Mazzaropi com seu caipira fazia tanto sucesso junto ao público. Fazendo uma releitura do já popular Jeca Tatu, personagem criado por Monteiro Lobato, Mazzaropi fazia sobre

ele um filme por ano, até os finais da década de 1970” (2001, p. 21). Com trejeitos e falas típicas e carregadas na interpretação, o Jeca passava por diversas situações, seja no campo ou na cidade. O personagem era usado para “descobrir” novos espaços – principalmente os urbanos, já que sua essência é totalmente rural – e convidava o espectador e acompanhar as desventuras de um caipira sem trato social e pouco grau de escolaridade. Características de uma população atrasada, mas uma representação que não incomodava o público. De acordo com Tolentino, “vale lembrar que, se nos finais dos anos 50 o Jeca era reclamado como sinônimo de brasilidade e nacionalidade, é porque alguma coisa mudara substancialmente: o caipira já podia constituir-se ficção” (2001 p. 22).

Para a autora, a identificação do público com a temática rural no cinema é a de que o rural é visto como o passado, o arcaico que não volta mais. E sempre encarado como minoria. Mas foi na televisão que esse personagem passou a ocupar um espaço definitivo.

2.2 A TELEVISÃO COMO ESPAÇO DE REPRESENTAÇÕES

Na década de 1970, o rádio perdeu uma considerável fatia da audiência – de mercado, de profissionais, etc. – para a televisão, “um dos mais recentes processos de comunicação que surgiram pra ajudar o homem no conhecimento do mundo e para seu entretenimento, utiliza muitos princípios e técnicas dos meios de comunicação já existentes no momento do seu nascimento.” (SQUIRRA, 1990, p. 19)

O aparelho de TV na sala se tornou quase como um membro da família e alterou hábitos domésticos. Era comum reunir moradores da mesma casa na sala, em torno da TV, para acompanhar a programação que mescla entretenimento e notícia. Essa sequência da grade de programação, inclusive, se mostra rica para propostas de estudo que levem em conta aproximações narrativas em produtos com propostas diferentes.

A TV transformou a forma de estudar a influência dos meios de comunicação na percepção que a sociedade faz de si mesma. Por isso, e diante desse notório e expressivo alcance, vamos nos ater a estudos sobre a construção e a tipificações nacionais na televisão enquanto meio de comunicação que atinge um grande público.

O modelo de jornalismo audiovisual precisou ser “inventado” para caber na televisão. Antes, os modelos vigentes nas redações eram o de jornal impresso e radiofônico, que mantinham as peculiaridades e obedeciam às limitações de cada

veículo. Com o surgimento da TV, essas formas foram alteradas para potencializar o que o veículo de massa emergente tinha de mais forte: a imagem. Então, modelos narrativos de jornalismo para TV começaram a ser definidos pelas emissoras. Algumas dessas escolhas, feitas nos anos de 1960 e 1970, são vigentes até hoje e mostram que “o jornalismo é a verdadeira linguagem da televisão. A novela é a fusão do cinema com o teatro. Os shows são, no fundo, espetáculos televisionados” (LIMA, 2007, p. 14).

FECHINE (2006) defende que a TV inaugura um novo espaço. Uma vez que os espaços físicos já estão ocupados pelos sujeitos pertencentes e ele e que integrantes de determinados espaços têm mais oportunidades que outros, a TV se configura como um novo ambiente onde novas relações podem acontecer. Esse espaço, entretanto, não é físico, mas permite agregar públicos diferentes através da tecnologia que mostra tudo ao mesmo tempo para o mesmo público.

É como se a construção simbólica de uma identidade (simbólica porque foi criada dentro do espaço público da TV) absorvesse a própria construção real, ou fosse pré-requisito para que o real exista. Afinal, “o que não aparece na TV não aconteceu de fato” (BUCCI, 2004, p. 33).

O que também diferencia as pessoas que assistem é que elas podem ou não ligar a TV. E quando ligam, por seus interesses, pela opção de canal que têm ou qualquer outro motivo, “os telespectadores acabam sendo alçados ao mesmo lugar social (o lugar de quem também faz o show)” (FECHINE, 2006, p. 48)

Se hoje não sentamos mais ao pé da fogueira para ouvirmos as histórias de nosso povo e construirmos, junto com o narrador, os mitos de nossa identidade, se as feiras populares com seus poetas já não são mais o lugar privilegiado de constituição/reconstituição permanente da nacionalidade, se a literatura de cordel e o circo perderam força, temos um novo espaço: os meios de comunicação, em especial a televisão, que se constituem no ‘lugar’ privilegiado das narrativas, cujas matrizes históricas se encontram naquelas manifestações culturais. (BACCEGA, 2003, p. 9)

Todas as culturas têm na sua raiz a criação de mitos e histórias que guardam nossos valores, intenções e aspirações. É a transferência para o mundo imaginário do ideal de sociedade – e de indivíduo – que buscamos. A televisão, por sua vez, não se contenta apenas em guardar essa representação que a sociedade faz de si mesma. Ela atualiza esses conceitos a partir de fatos do cotidiano.

Estudos conferem à televisão um papel de constituir e conformar o espaço público. Função que os outros veículos até então não conseguiram alcançar na mesma

plenitude. “A televisão não mostra lugares, não traz lugares de longe para muito perto – a televisão é um lugar em si” (BUCCI, 2004, p. 31). E por ser encarada como um espaço público, a TV teria a responsabilidade de, entre outras coisas, ser palco de discussões que fomentassem a formação de uma identidade nacional plural. Ou, pelo menos, uma identidade que desse voz e espaço para diferentes manifestações culturais, diferentes povos e localidades, de se expressarem de forma democrática.

Acontece que a missão que a própria TV impõe pra si, de colocar o público em contato com lugares remotos (como fazem algumas edições do Globo Repórter, por exemplo) é

um lugar de emergência global. Antes, o cidadão do país via a tela e ali se reconhecia – constituía-se sujeito dentro de um espaço que era mediado pela tela – e hoje ele se reconhece integrante e integrado num novo âmbito imaginário que suplanta aquele primeiro espaço público nacional (BUCCI, 2004, p. 33)

Essa potencialidade da televisão não é uma unanimidade. Ao admitir que a TV engloba todas as pessoas num mesmo espaço, existe o argumento de que isso contribui para suprimir tradições e pensamentos individuais em prol de uma coletividade massificada. “A cultura massificante vem deturpando a conformação de nossa nacionalidade num internacionalismo gentio e que, subliminarmente, poderá ter consequências funestas de abolir, apagar, destruir nossas tradições e nossos hábitos”. (ORTIZ, 2012, p.105)

Enquanto alguns autores seguem em suas linhas de estudos a capacidade positiva da TV de levar informação e entretenimento para mais pessoas ao mesmo tempo, outras vertentes possíveis de análise entendem a massificação como um terreno delicado. Ao levar o mesmo conteúdo – a mesma programação – para pontos que preservam suas “peculiaridades regionais”, como vimos no começo do capítulo, a TV padroniza uma identidade e uma cultura que podem não ser inerentes e nem aceitas por aquele determinado grupo. “Parece então que na história da televisão funciona uma determinada referência, que produz uma hegemonia para o que a imagem da televisão deve ou deveria ser.” (SILVA, 2001, p. 154).

Para não perder a audiência que deixa de reconhecer os tipos presentes nas produções audiovisuais, e, conseqüentemente, deixar de arrecadar verba publicitária, proporcionalmente ligada à quantidade de telespectadores, a TV “deixa de lado” seu potencial agregador e se torna palco de recriações baseadas em senso comum.

As representações sociais são entidades quase tangíveis. Elas circulam, se entrecruzam e se cristalizam continuamente, através duma palavra, dum gesto, ou duma reunião, em nosso mundo cotidiano. Elas impregnam a maioria de nossas relações estabelecidas, os objetos que nós produzimos ou consumimos e as comunicações que estabelecemos. Nós sabemos que elas correspondem, dum lado, à substância simbólica que entra na sua elaboração e, por outro lado, à prática específica que produz essa substância, do mesmo modo como a ciência ou o mito correspondem a uma prática científica ou mítica. (DUVEEN, G. in MOSCOVICI, S. 2013. p.10)

É como se “na televisão se representam estereótipos que o público possa logo identificar, sem o menor esforço mental” (FRANCIS, Paulo, Folha de São Paulo, 21/05/1987 in SQUIRRA, 1990, p. 36)

A TV reconhece uma identidade nacional diversificada, mas não mostra na tela todas elas e, dessa forma, impõe – mesmo que involuntariamente – uma cultura dominante como se fosse ela a representação do nacional.

A ‘regionalidade’, no noticiário televisivo, remete a um espaço representado ou por uma cidade (as capitais) ou por um conjunto de cidades (normalmente, cidades que se agrupam em torno de uma mais expressiva), que formariam então uma determinada ‘região’. Isto é, o espaço urbano determina a diferenciação. (SILVA, 2001, p. 157)

Para os inseridos no espaço urbano, estabelecer diferenciações e construir perfis de identidade se tornaria, portanto, mais fácil, já que pelo menos um fator delimitador existe: o geográfico. Já nos meios rurais, o espaço ficaria indeterminado.

Ao desconsiderar a pluralidade de identidades, os meios de comunicação de massa acabam por fomentar conflitos de imposição. Grupos que tentam reivindicar apenas a própria identidade como dominante. “A televisão está implicada na reprodução de representações que perpetuam diversos matizes de desigualdade e discriminação” (LOPES, 2009, p. 2)

Ao elaborar uma proposta de definição sobre os estudos de comunicação voltados mais para a forma de identificar e construir conceitualmente objetos comunicativos do que apenas apontar quais são eles, a pesquisadora Vera Veiga França abre uma perspectiva interessante para analisarmos os papéis dos meios de comunicação e do público. Ambos devem ser estudados como parte integrante de um processo intenso de criações e interpretações daquilo que é apresentado.

Apenas a interlocução pode criar um espaço de liberdade que permite, em tese, construir uma perspectiva de narração da história escrita pelas elites e imposta por uma mídia monodiscursiva. A memória dos fatos narrada por outras vozes é a possibilidade de escapar ao ‘discurso único’, à versão pasteurizada e propagada pelas elites. (ARBEX JR., 2001, p. 271)

Não se trata apenas de dar voz a setores da sociedade que são excluídos da mídia. Trata-se também de colocar em reflexão os próprios conceitos de quem defende o fato de não ter voz.

Se a mídia exhibe uma reportagem sobre uma comunidade rural distante, caberá ao público fazer, individualmente, sua interpretação daquilo que é exibido. E essa interpretação pode ser igual ou diferente daquela feita pelos produtores da reportagem exibida. Isso quer dizer que “os ‘objetos’ do nosso mundo são recortados (ou religados) por nosso olhar e nossa compreensão, por nossa maneira de ver.” (FRANÇA, 2001, p. 39).

Ciente desse papel desempenhado pelos receptores das mensagens, a televisão passa a atuar em relação ao indivíduo de uma maneira projetada para atender às necessidades e satisfações da coletividade. Ao representar um homem do campo como caipira, se aproxima de padrões já conhecidos pela audiência. Porém, para o próprio morador da zona rural – que, não podemos esquecer, está englobado na massa da audiência – essa nomenclatura pode soar pejorativa, em desuso ou até mesmo pouco condizente com a realidade.

Por isso, muitos autores entendem que a TV trabalha como o inconsciente – coletivo e individual porque, “quando ela diz que apresenta ‘o real’, na verdade está apenas representando-o, pois no momento em que se representa o real ele deixa de ser real para ser algo representado.” (LOPES, 2007, p. 5)

A reprodução de uma identidade nacional é encarada como sendo causa do que Nelson Traquina chama de “jornalismo de pacote”, isto é, “fenômenos frequentemente observados de uma legião de jornalistas cobrindo a mesma história da mesma maneira” (TRAQUINA, 2005, p. 26)

O entendimento é de que exista em tribo jornalística, formada por profissionais que, além de fazerem o próprio trabalho, monitoram e se inspiram no trabalho dos outros para padronizar a própria prática. O problema disso está justamente na padronização da notícia e no reforço de certas concepções relacionadas às identidades da sociedade. “Enquanto os repórteres seguirem as mesmas rotinas, adotando os mesmos valores profissionais e tomando-se uns aos outros como padrões de

comparação, a reportagem tenderá a ser insular e auto-reforçadora.” (SIGAL, 1973, p.180-181 *apud* TRAQUINA, 2005, p. 27)

Fórmulas jornalísticas são espécies de garantias. Os profissionais seguem os modelos pra dar conta de atender à demanda da redação e à velocidade que a notícia exige para ser publicada e não se tornar velha. MOSCOVICI (2013) se atenta ao fato da representação ser encarada como algo inerente no processo de comunicação.

Quanto mais sua origem é esquecida e sua natureza convencional é ignorada, mais fossilizada ela se torna. O que é ideal, gradualmente torna-se materializado. Cessa de ser efêmero, mutável e mortal e torna-se, em vez disso, duradouro, permanente, quase imortal. Ao criar representações, nós somos como o artista, que se inclina diante da estátua que ele esculpiu e a adora como se fosse um deus. (MOSCOVICI, S. 2013, p. 41)

Embora estereótipos preconceituosos não tenham sido extirpados completamente, houve uma grande mudança no tratamento de algumas questões.

Pela TV circulam muitas vozes; a presença das figuras populares nos programas televisivos, ao vivo e a cores, independente do uso que lhes é feito, já consiste num avanço se pensarmos na homogeneidade da representação de alguns anos atrás. Avanço no sentido de evidenciar a diferenciação social, a desigualdade, a presença do pobre, do feio e do triste ao lado do luxo e da opulência. A diversidade do Brasil, hoje, aparece na TV. (FRANÇA, 2009, p. 45)

Nesse ponto, podemos concordar que a TV se tornou palco para uma diversidade brasileira. Uma diversidade que se mostrou e, mais importante, se firmou enquanto identidade nacional. A própria mutação de gêneros adaptados às produções televisivas – jornalismo e ficção – seria uma prova de que existe a tentativa de abraçar mais público e de falar, ao mesmo tempo, para diferentes perfis.

A TV passa por uma evolução, que começa na enraizada grade de programação. Se antes eram comuns os telejornais para homens e os programas de culinária para mulheres, essa divisão parece hoje menos definida. Não podemos ignorar que essa evolução se dá de forma lenta e guiada por motivos que extrapolam a vontade das emissoras de fazer “uma nova TV”. Questões mercadológicas, publicitárias e de audiência ainda têm peso sobre as decisões e ainda influenciam no direcionamento de determinados conteúdos. Mas a reflexão principal consiste em reconhecer que algumas mudanças foram percebidas.

3 NARRATIVAS E PERSONAGEM

Vimos que a televisão reforça a criação de tipos baseados em indivíduos reais. Outra capacidade é a de potencializar a divulgação desses tipos, graças à abrangência e o alcance dos meios de comunicação. A partir de agora vamos nos aprofundar nos estudos sobre a forma como um produto de mídia emprega elementos narrativos para criar efeitos de sentido.

Um dos conceitos atribuídos à narração, conforme o Dicionário de Narratologia de REIS e LOPES (2000, p. 248) entende “a narração, em contraste com a descrição, como aquele procedimento representativo denominado pelo expresso relato de eventos e de conflitos que configuram o desenvolvimento de uma ação”.

E se a narração é o conjunto de enunciados compostos por discursos, podemos entender narrativa como sendo o conjunto de conteúdos representados por esses enunciados. (REIS, LOPES, 2000). Diante da impossibilidade de se estudar todas as narrativas existentes para se formular uma teoria geral a partir de raciocínio indutivo, BARTHES (1976) propõe uma “gramática da narrativa”, que se apresenta como sendo mais dedutiva. Esse, inclusive, seria a própria linguística. O estudo avalia uma narrativa em três níveis de descrição: o nível das funções, das ações e da narração. Os três níveis, entretanto, estão ligados entre si, como se fossem uma “hierarquia de instâncias”. Uma função só faz sentido em meio a uma ação, que precisa ser narrada para ter algum sentido adquirido.

NÖTH (1990) defende que se trata de uma ação do discurso, onde participam sempre um autor e um leitor, um narrador e um ouvinte. O que é narrado aconteceu antes do ato de narrar (como um repórter que produz uma matéria para ser veiculada no jornal da noite) ou está situado no futuro (como uma obra de ficção científica)

A história esteve dissociada do discurso, na visão de teóricos literários da corrente francesa, como Todorov. Em espécies de subdivisões desse antagonismo, a história é a cadeia de eventos e o discurso é a expressão ou meios pelos quais o conteúdo é comunicado.

O narrador usa de códigos (textuais, verbais, imagéticos) para transformar o enunciado em algo que tenha conteúdo e seja compreensível pelo indivíduo ou coletividade.

Outra definição considera narrativa “um método de recapitulação da experiência passada que consiste em fazer corresponder a uma sequência de eventos (supostamente) reais uma sequência idêntica de proposições verbais.” (LABOV, 1978 *apud* REIS, LOPES, 2000, p. 271).

Portanto, a narrativa é composta de sentido. Enquanto o ato de narrar em si não se torna em história, a narrativa passa a ter argumento, é uma trama. Através de elementos narrativos, o narrador consegue ordenar os enunciados e transmitir a mensagem. Essa mensagem, para BARTHES (1976) é estruturada pela linguagem, seja ela oral, escrita, imagética, gestual, etc. E que a narrativa está presente nas mais diversas formas inventadas pela humanidade para transmitir mensagens uns para os outros. Não existiria, portanto, povo sem narrativa, uma vez que “a narrativa está aí, como a vida”.

Para DUCROT; TODOROV (1988, *apud* COUTINHO, 2012, p. 106), a narrativa é “um texto referencial com temporalidade representada”. O encadeamento de ações de uma narrativa seria responsável por criar o conflito, entendido como um ponto motivador de ações.

Ainda sustentado por conceituações teóricas de Todorov, as narrativas são marcadas por três fatores constituintes: a primeira delas é o distanciamento do narrador em relação àquilo que se narra. É uma atitude necessária para que o público possa participar – mesmo que passivamente, visto que nem sempre interage com o narrador – e ter seu próprio entendimento do assunto. Apesar desse distanciamento, não é ignorado que exista uma dependência entre o narrador e o objeto que é narrado e até mesmo a presença de mais de um narrador que compartilha o desenrolar da história com os pares.

Outra característica é a exteriorização do processo narrativo. Ao ser projetada para fora dos domínios do narrador³ a narrativa se torna um universo autônomo e cuja compreensão pode variar de pessoa pra pessoa. Mesmo assim, estão presentes nesse universo elementos narrativos como os cenários, personagens, eventos que, combinados para criar um sentido, facilitam a compreensão do público numa tentativa de tornar mais uniforme a compreensão do que está sendo narrado.

O último item apontado por REIS, LOPES (2000) como fator constituinte da narrativa é a dinâmica temporal inerente à própria história narrada e ao discurso que se pretende passar. Ao começar uma história com “era uma vez...”, criou-se uma

³Entende-se por domínios os limites da narrativa. Se for um livro, o leitor consegue ler, se for um filme, ele é exibido numa tela, para muitas pessoas. E se for uma produção pra tv, ela será veiculada para milhões de telespectadores.

convenção de que trata-se de algo que já aconteceu e que ultrapassa barreiras de tempo e espaço.

As estratégias narrativas, quando combinadas para criar interesses, se adaptam aos diferentes meios e contextos, mas está presente na humanidade desde o início das civilizações.

Sob formas quase infinitas, a narrativa está presente em todos os tempos, em todas as sociedades; a narrativa começa com a própria história da humanidade; não há em parte algum povo algum sem narrativa. (...) Todas as classes, todos os grupos humanos têm suas narrativas e, frequentemente, estas narrativa são apreciadas em comum por homens de cultura diferente. (BARTHES, 1976, p. 15)

Na literatura, a narrativa é responsável por criar uma ordem lógica que permite leitor criar, enquanto lê, a representação imagética daquilo que está no papel. Não se trata de um procedimento “obrigatório” ou decisivo pra compreender uma obra literária, mas essa representação torna concreto o sentido do texto. Já na TV, no cinema e, em partes no teatro, a imagem está presente e complementa – ou pelo menos cria sentido – junto com o texto associado a ela.

A seguir, veremos a aproximação de elementos narrativos usados com intenções ficcionais e jornalísticas.

3.1 APROXIMAÇÕES ENTRE FICÇÃO E JORNALISMO NA TV

Ao longo dos anos, o brasileiro aprimorou o hábito de organizar parte do dia de acordo com o que passa na TV. Esse padrão de comportamento começou a ser criado na década de 1970, quando os gestores das primeiras emissoras definiram a grade de programação, que consiste na ordenação de produtos audiovisuais para preencher os horários.

Para prender o telespectador na frente da telinha e, conseqüentemente, ter mais índices de audiência que permitissem vender mais – e mais caro – os espaços comerciais, a grade de programação foi montada de uma forma diversificada. As emissoras de TV aberta mesclam jornalismo (realidade) com novelas (ficção) num curto intervalo de tempo. E cada um desses produtos sofre interferência do outro.

O debate atual se debruça sobre uma possível queda dos limites entre realidade e ficção. A grade de programação das emissoras de TV aberta mesclam Se assuntos do

jornal são tratados de forma espetacularizada que, por vezes, “parecem até mentira”, as novelas incluem na trama temas de debate social.

Produtos veiculados pela mídia exploram narrativas fáticas, imaginárias ou híbridas procurando ganhar a adesão do leitor, ouvinte ou telespectador, envolve-lo e provocar certos efeitos de sentido. Exploram o fático para causar efeito de real (a objetividade) e o fictício para causar efeitos emocionais (subjetividade). (MOTTA, 1997 p.306)

A dissertação aprofunda essas discussões para as narrativas em produções audiovisuais e as aproximações entre ficção e realidade. Mas é preciso entender algumas diferenças apontadas por MOTTA (2005). Enquanto o cinema e a literatura encerram seu ciclo cronológico de conflitos, as notícias diárias se apresentam de forma fragmentada, dificilmente contam uma história completa. Nem sempre por escolha do jornalista para manter a audiência. É que os casos retratados na reportagem podem não ter sido solucionados. A apuração está em andamento.

Podemos considerar, então, que a narrativa jornalística é influenciada por fatores externos ao fato de simplesmente “contar uma história”. Ela está sujeita à normas editoriais e de produção das notícias em um ambiente jornalístico. O tempo, a falta de equipes suficientes para grandes coberturas, a dependência de fontes podem impedir o fim do ciclo da narrativa antes dela ser veiculada.

Caberia, então, ao jornalista, lançar mão de recursos que permitem ao mesmo tempo prender o público (garantir a audiência) e finalizar a realização de um trabalho informativo e relevante para a sociedade. Esses recursos podem ser editoriais, como um “gancho”, ou seja, uma forma de resgatar a notícia dada no dia anterior e retomar com a história a partir dos fatos mais recentes. E podem também ser recursos técnicos, como a construção de um roteiro para a reportagem que contemple as informações já apuradas sem criar conflito com as lacunas de apuração que não foram feitas justamente porque o assunto não teve conclusão.

Para exemplificarmos o assunto e propor uma aplicação da teoria relacionada à construção de narrativas, observe o trecho a seguir:

Cena um, interior, casa. Um espaço amplo, a câmera se movimenta pela cozinha com o fogão à lenha em destaque. Cena dois, exterior, varanda. Câmera parada, posicionada da varanda de onde se vê um enorme jardim, com um pomar e uma horta no canto. Florestas e morros ao longe completam a paisagem bucólica.

O que acabamos de ler é a descrição de um ambiente imaginário, a princípio localizado num espaço rural, onde existe uma casa no meio de uma vasta área verde. Esse trecho segue uma estrutura comumente utilizada em roteiros de produções audiovisuais de ficção. São informações técnicas de câmera, de cenários, de espaços. Elementos muito importantes para contar uma história e que provocam o leitor a “converter” imediatamente, em imagens, o texto da sequência da pequena ação descrita.

Esse rápido exercício de imaginação nos leva a perceber que a descrição de ambientes é uma das premissas das produções audiovisuais. Já em um filme de cinema, nem sempre temos o auxílio do texto como recurso para imaginar a cena. Já vemos a cena ali, exibida na tela. Mas, o registro de ambientes e cenas não configura, por si só, uma produção que tenha caráter ficcional. No jornalismo esse é um recurso bastante utilizado.

Enquanto uma das premissas jornalísticas consiste basicamente em narrar os fatos e tornar a imagem na telinha um “espelho da realidade” (FERRÉS, 1998), a ficção se apropria dos recursos imagéticos para criar histórias e transformar uma narrativa inventada em algo próximo do telespectador. Para cumprir esse efeito, é indispensável a presença do narrador.

Entendida como acto [sic] e processo de produção do discurso narrativo, a narração envolve necessariamente o narrador enquanto sujeito responsável por esse processo. Daqui se infere que, do ponto de vista da narratologia, a narração integra-se no mesmo campo da ficcionalidade. (REIS, LOPES, 2000, p. 249)

É o “contador da história” (repórter, autor de novela, escritor, etc.) que determina os caminhos e os contextos cujo personagem vai se basear para cumprir determinada finalidade.

Segundo ROSENFELD (1998, p. 15) “todo texto, artístico ou não, ficcional ou não, projeta tais contextos objectuais [sic] ‘puramente intencionais’, que podem referir-se ou não a objetos onticamente autônomos”. Ao dizer que o contexto pode referir-se ou não ao indivíduo, o autor considera que a riqueza de detalhes, mesmo que numa história ficcional, confere a essa história uma aparência real. Ao mesmo tempo em que a imagem produzida com uma intenção omite a visão da própria realidade.

A incorporação da descrição e de outras técnicas de narrativa está presente tanto nos produtos ficcionais (entendidos no senso comum como “inventados”) quanto nos

jornalísticos (cuja construção se baseia, comumente, no que é “verdade”). Ou seja, obras que seguem diferentes métodos de produção e de criação de sentido têm, durante o próprio processo de criativo em si, semelhanças que permitem uma aproximação entre elas.

As duas narrativas são carregadas de intencionalidades: o jornalismo usa elementos ficcionais para tornar a reportagem mais próxima do público leitor/ouvinte/telespectador. Como afirma Perseu Abramo:

O texto passa a ser mais importante que o fato que ele reproduz; a palavra, a frase no lugar da informação; o tempo e o espaço de cada matéria predominando sobre a clareza da explicação; o visual harmônico sobre a veracidade ou a fidelidade; o ficcional espetaculoso sobre a realidade” (ABRAMO, 2003, p. 20)

Já as obras ficcionais se sustentam em doses de realidade. Determinado recorte da realidade pode soar como “falso” demais se os elementos narrativos não forem combinados de maneira verossímil. Em outras palavras, se a história não convence. (ROSENFELD, 1998).

A principal diferença entre eles está no fato de que,

no primeiro, as orações projetam contextos objectuais e, através destes, seres e mundos puramente intencionais, que não se referem, a não ser de modo indireto, a seres também intencionais, ou seja, a objetos determinados que independem da narrativa. (ROSENFELD, 198, p.17)

Ou seja, no jornalismo as criações intencionais de elementos narrativos acontecem, mas são baseados em padrões reais. Enquanto as obras ficcionais podem criar seres e objetos que podem ou não ter correspondência com o real. São mais livres, em termos narrativos para se afastarem da realidade.

O próprio ato de narrar, em si, na obra ficcional é mais livre. Não existe fórmula específica para conduzir uma história. No jornalismo, a literatura especializada e os manuais “indicam”, de certa forma, uma ordem lógica para o repórter seguir e construir a reportagem. A linguagem da narrativa ficcional se desprende dos padrões adotados pelo jornalismo.

A coloquialidade remete, por exemplo, à utilização de gírias, à utilização de revistas e jornais da época, à substituição da figura de um herói, característico das narrativas melodramáticas, pela de um anti-herói. Não é simplesmente uma linguagem ‘mais solta’, mas uma linguagem que se prende a outro padrão. (SILVA, 2001, p. 159)

Hoje em dia, muitos programas de televisão estão mais inclinados à inovação e tentam, mesmo que sob controle de uma linha editorial, subverter a ordem clássica de um texto para TV. E, em muitas dessas tentativas, o jornalista/narrador recorre aos recursos tidos, a princípio, como pertencentes ao terreno da ficção.

Portanto, a narrativa ficcional deixa de ser exclusividade das obras que têm a intenção de contar uma história “de mentira” ou “de entretenimento”. Como afirma Maria Aparecida Baccega:

A linguagem da televisão é a linguagem narrativa. Em narrativas, com heróis e bandidos, se transformaram também as notícias. Costumamos afirmar que o telejornal muitas vezes tem mais ficção que a telenovela. E, por seu caráter de ‘verdade’, por seu gênero de noticiário, empulha muito mais o telespectador. (BACCEGA, 2003, p.10)

Na sequência, vamos especificar as características dos telejornais e das telenovelas para ressaltar as peculiaridades dos dois gêneros televisivos que vimos serem distintos, mas terem suas aproximações.

3.2 OS TELEJORNAIS

A premissa da produção jornalística é ser temporal e estar inserida numa generalização espacial. Assim, temos o jornalismo enquanto função de inscrever o indivíduo em seu tempo, se tornando passado a cada dia. Historicamente, jornal (do francês “jour”, que quer dizer “dia”) é “o conjunto de textos em que se destacam as notícias do dia, sobre diversos acontecimentos considerados importantes para o sujeito se ‘atualizar’, ou se situar ‘no mundo de hoje’”. (SILVA, 2001, p.151).

Os noticiários de TV seguem essa mesma linha, aplicada inicialmente aos jornais impressos. FERRARETO (2010), parte do princípio de que todo veículo de comunicação é informativo para fazer diferenciações entre eles. O jornal impresso funciona melhor para explicar os assuntos, visto que o repórter pode ter mais espaço na página e o leitor tem a opção de reler quantas vezes quiser determinado texto. Já o rádio, pelo seu caráter imediato e ágil, com uma programação essencialmente ao vivo, consegue informar com maior rapidez. Cabe à televisão explorar sua melhor vantagem: a de mostrar, em imagens, os acontecimentos.

Cada veículo de mídia se comunica com o público utilizando a própria tecnologia que o constitui. Essa tecnologia possui uma fala peculiar, mas a TV, para a TÁVOLA (1984), seria a mais completa porque:

Ela contém o rádio, mas o rádio não a contém. Contém o cinema, que não a contém. Contém o teatro, mas o teatro não a contém. Ela contém o jornalismo que não a contém. Ela contém a fotografia mas a fotografia não a contém. Ela contém o disco que não a contém. (TÁVOLA, 1984, p. 28)

O telejornal é o resultado de interações intensas e constantes entre a equipe de externa (composta, basicamente, por repórter e cinegrafista), a apuração, a informação pautada na redação e a edição do material bruto. Desse trabalho em equipe chega-se a um produto de exibição diária e que é apresentado ao público em mais de um bloco e com uma série de elementos que ajudam a tornar a informação atrativa para a audiência.

Para ampliarmos nosso entendimento sobre o telejornal, é preciso, também destacar o veículo dos demais por sua característica de produzir imagens. “enquanto a palavra é parte integrante e constitutiva de um universo simbólico, a imagem não é nada disso” (SARTORI, 1997, p. 22). Se num primeiro momento, por conta de uma tecnologia incipiente, a imagem era em preto e branco, hoje os canais investem em melhorias para acompanhar a evolução dos aparelhos. Para SILVA (2001), a imagem de um telejornal pode ser encarada como uma produtora de discurso que estabelece relações de sentido em meio a outras questões técnicas.

Da época das imagens em preto e branco, o primeiro telejornal a entrar no ar foi o *Imagens do Dia*, na TV Tupi de São Paulo. Por conta de dificuldades técnicas, os vídeos exibidos não eram gravados no mesmo dia. “Por causa da demora na revelação e montagem dos filmes, a transmissão de imagens sofria um atraso de até doze horas entre o acontecimento e sua divulgação nos telejornais” (REZENDE, 2000, p.106-107 apud COUTINHO, 2012, p. 61)

Até o início da década de 60, os telejornais eram apresentados por locutores e redigidos por um pequeno grupo de profissionais oriundos do rádio. “Visualmente, todos os telejornais eram parecidos: uma cortina de fundo, uma mesa e a cartela com o nome do patrocinador”. (BARBOSA LIMA, 2007, p. 9). Da rádio para a televisão, o *Repórter Esso* se tornou um marco na história do telejornalismo. Com a proposta de ser “testemunha ocular da história” o Repórter Esso ajudou a pavimentar os caminhos pelos quais as produções mais recentes se basearam.

O *Jornal de Vanguarda*, da extinta TV Excelsior, rompeu o cordão umbilical do telejornalismo com o rádio ao ser pioneiro em levar para um estúdio jornalistas de TV. A liberdade de noticiar foi interrompida com a instalação do AI-5, durante o regime militar, e o jornal foi cancelado.

Dos telejornais brasileiros mais representativos para análises e estudos acadêmicos, o *Jornal Nacional* se tornou uma espécie de “modelo”. Em 1969, foi ao ar transmitido em rede para todo o país. A prerrogativa do JN é “mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia” (BONNER, 2009, p. 17).

No livro em que “revela” o modo de fazer do *Jornal Nacional*, muitas vezes com intenções propagandistas, o editor-chefe e apresentador ressalta que o jornal reproduz as características de qualquer produto jornalístico. Com a diferença de que os temas apresentados nas edições têm “a linguagem apropriada do veículo: texto claro, para ser compreendido e ouvido uma única vez, ilustrado com imagens que despertem o interesse do público por eles – mesmo que não sejam temas de apelo popular imediato”. (BONNER, 2009, p. 13).

Independentemente de questões ideológicas e editoriais, a regra de conduta do JN é a base usada em qualquer outro telejornal. As evoluções tecnológicas, além de facilitarem o serviço dos profissionais, mudaram os processos produtores de notícia do telejornal. “No Brasil, podemos considerar que o primeiro telejornal a realizar o salto para uma linguagem audiovisual teria sido o *Jornal Nacional*, da TV Globo” (COUTINHO, 2012, p. 63).⁴

3.2.1 O repórter

Até o momento, falamos dos telejornais com ênfase nos contextos técnicos e sociais de implantação desse gênero jornalístico. Além de apresentadores, a equipe é formada por técnicos, produtores, editores e repórteres. São os repórteres os agentes jornalísticos mais próximos do acontecimento. Eles, como indica a essência da palavra, reportam os fatos e atuam como interlocutores entre a redação e a rua.

O repórter, como todo profissional, é carregado de intencionalidades que ficam mais ou menos latentes dependendo da técnica aplicada durante a elaboração de uma

⁴ Segundo dados do IBOPE, o *Jornal Nacional* é o telejornal líder de audiência. E ocupa a segunda posição entre todos os programas exibidos pela TV aberta no país. Perde apenas para a novela das 21h, da mesma emissora.

reportagem. Desde a apuração das informações até a construção semântica do texto e, por fim, à narração dos fatos. Todas essas etapas acontecem, via de regra, em momentos distintos e são reunidas com a ajuda dos editores de texto e imagem.

Podemos afirmar que o repórter é o narrador das histórias contadas nas reportagens. Se entendemos a narrativa inserida também no campo da descrição, o texto narrado em OFF pelo repórter é a descrição de algum fato (por exemplo: “os sem-terra ganharam o direito de explorar terras no interior de MG”) ou o desenrolar de alguma ação (exemplo: “seu João sai de casa toda manhã para colher os feijões da plantação”).

Segundo REIS, LOPES (2000, p. 254) a técnica empregada pelo repórter é a da narração simultânea, porque “é constituída por aquele acto [sic] narrativo que coincide temporalmente com o desenrolar da história”. Sendo assim, a figura do repórter traduz na essência as premissas da prática jornalística de situar o indivíduo – seja o público ou o entrevistado – no tempo e no espaço.

As formas de construir uma reportagem para veículos de comunicação ajudam a elaborar o sentido e, conseqüentemente, na forma como a mensagem é recebida. Algumas correntes de estudo sobre notícia consideram que a aproximação mais correta seria mais a do relato e menos a da narrativa. Para essa corrente, a notícia como construção não implica no uso de elementos ficcionais para ser “pura” e livre de possíveis distorções entre os efeitos causados pelo emissor e a compreensão do receptor.

Defendemos, baseados em autores que fundamentam esse argumento, de que a notícia enquanto narrativa não perde em valor ou em credibilidade.

Dizer que uma notícia é uma estória não é de modo algum rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, alerta-nos para o fato de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída possuidora da sua própria validade interna. (TUCHMAN, 1993, p. 262 *apud* TRAQUINA, 2004, p. 169)

Se não entendêssemos a notícia como uma narrativa, não poderíamos avançar no estudo desta dissertação, uma vez que a proposta defende aproximações entre ficção e jornalismo justamente em seus modos de narrar e contar histórias. Os próprios jornalistas, no exercício diário do trabalho, lançam mão de recursos narrativos e constroem a notícia como se fosse uma história, reforçando o argumento de que a notícia não deixa de ser um relato, mas é permeado por elementos narrativos.

Essas reflexões não são direcionadas exclusivamente aos repórteres. Consideramos a presença de toda a equipe de profissionais responsáveis pela cadeia do

processo jornalístico. Desde a produção, encarregada de apurar previamente as informações e formatar uma pauta que vai ser entregue para o repórter; o repórter, jornalista que se desloca para fora da sede da emissora com a missão de apurar *in loco* as informações e organizá-las para construir o texto; o cinegrafista, os “olhos” do repórter, aquele profissional com domínio técnico e estético que registra os acontecimentos com a câmera⁵; o editor de texto, que tem autonomia na escala hierárquica da redação para cortar, acrescentar ou sugerir mudanças na angulação da reportagem; o editor de imagem, responsável por unir texto e imagem a partir de uma seleção do material bruto.

Justamente por isso, as responsabilidades e a autoria do produto jornalístico são compartilhados e cada função contribui para construir a narrativa da reportagem. Os recursos audiovisuais como iluminação, enquadramentos e roteiros podem ser combinados com o intuito de gerarem novos efeitos ao criar conflitos ou reforçar padrões. Aquele que detém o poder de controle desses recursos pode transmitir suas intenções e fazer o público perceber o que está na tela como se fosse real. Segundo ANDREW (2002), é como se o vídeo fosse uma máquina, que levasse em consideração o fator orgânico (de quem produz). Mesmo assim, a câmera “através de seu movimento, exerce no cinema uma função nitidamente narrativa, inexistente no teatro. Focaliza, comenta, recorta, aproxima, expõe, descreve.” (ROSENFELD, 1998, p. 31)

E o resultado, nesse contexto, é mais um discurso articulado que uma representação. “O processo de obtenção da imagem corresponde a um processo natural – é o olho e o ‘cérebro’ da câmera que nos fornecem a nova e mais perfeita imagem das coisas”. (XAVIER, 1977, p. 86)

No campo da construção da imagem, Pereira (1981) define um campo visual. O *enquadramento*, segundo ele, é a “porção selecionada de espaço imagístico e imaginal” (PEREIRA, 1981, p. 30). Através dos *planos* e *quadros* faz-se a escolha do espaço a ser visto pelo telespectador. O quadro é a limitação visual imposta pelo enquadramento. Já o plano se refere à presença do objeto principal da cena, com mais ou menos destaque⁶. O autor enumera 7 planos que produzem efeitos de sentido diferentes e influenciam na hora de transformar o roteiro em imagem. São eles:

⁵ No jornalismo impresso, o cinegrafista é substituído pelo fotógrafo. E nas redações de rádio, esse profissional não existe ou é substituído pelo técnico de áudio que, por sua vez, pode ficar alocado dentro das redações e não na rua junto com o repórter.

⁶ Esses conceitos não levam em conta a qualidade do equipamento utilizado pelas emissoras de TV. Os aparelhos que transmitem o sinal da TV Digital, Tem o formato da tela de 16:9, chamado *widescreen*, enquanto o analógico é o formato 4:3.

Plano de Meio Conjunto (PMC): imagem mais aberta, totalmente sem o *zoom*⁷ da câmera. A intenção desse plano é dar uma ênfase maior no ambiente, para situar para o público o local onde o personagem está inserido. Muito usado também em filmes contemplativos em que a intenção é mostrar a pequenez do ser humano perante o mundo.

Plano Médio (PM): enquadra a figura humana logo acima da cabeça e logo abaixo dos pés. Percebe-se nesse caso, que as pessoas começam a tomar conta do ambiente em que estão, e tem mais destaque. Usado em cenas de diálogo com movimento, em que os personagens estão andando pela rua, ou sentados.

O *Plano Americano (PA)*: corta a figura humana um pouco acima da cabeça e mais ou menos entre a cintura e o joelho. Nesse plano, já é possível ver a pessoa com mais destaque sobre o meio. Dessa forma, a imagem indica que o que o personagem diz é mais importante do que onde ele está. É um momento em que o telespectador precisa prestar atenção nos diálogos e no andamento do roteiro para não se perder no desenrolar da história. Nas novelas, as grandes revelações e reviravoltas são ditas pelos personagens que estão enquadrados neste plano. É o tipo de plano mais comum também no telejornalismo. Tem esse nome pela clara influência que o modelo americano tem sobre o processo de produção jornalística adotado em vários outros países, como o Brasil.

O *Meio Primeiro-Plano (MPP)*: destaca a pessoa cortando a imagem a partir do busto. A partir daí, a câmera passa a fazer parte da intimidade da figura retratada. Assim como o Plano Americano, é muito comum nas novelas. A figura do ator preenche quase toda a imagem, ignorando de certa forma o ambiente. É usado nas chamadas “cenas de corte”, técnica utilizada pelos editores de imagem para dar sequência à história. Por exemplo: entre duas cenas mais abertas do mesmo ambiente, o editor insere uma mais fechada. A intenção é não ficar um corte brusco que desvie a atenção do telespectador para as técnicas usadas. Afinal, os usos desses recursos devem passar quase imperceptíveis aos olhos do público, para que a experiência de assistir ficção se torne mais orgânica e natural.

O *Primeiro Plano (PP)* entra na categoria que o autor chama de “Planos de intimidade ou psicológicos”, em que as pessoas são vistas mais de perto. A imagem mostra detalhes das expressões e dos objetos em cena. É um plano muito utilizado nas

⁷ O *zoom* é um técnico do equipamento de filmagem capaz de aproximar a imagem sem que haja a necessidade do operador da câmera se deslocar para perto do objeto filmado.

cenas de novelas em que o público ainda não sabe de um segredo e o personagem guarda para si a revelação, mas indica com sinais corporais que deixou de dizer alguma coisa. Isso comprova o fato de que os autores e roteiristas, durante o processo de criação das falas dos personagens, contam com os recursos de imagem para auxiliar na compreensão da história.

O *Primeiríssimo Plano (PP)* é aquele em que os pormenores são valorizados, como detalhes do rosto, das mãos. São imagens que transmitem informações e, ao mesmo tempo sugerem intimidade. Comum em cenas em que o personagem está pensando alguma coisa e não fala nada, apenas ouvimos o que ele pensa. É como se o público, através da câmera, estivesse “dentro da cabeça” do personagem.

Por fim, o *Plano de Detalhe (PD)* mostra no quadro um detalhe da figura humana ou então um objeto. Diferente dos outros, o PD não é um enquadramento que o olho humano faz normalmente. Por isso mesmo, não é tão comum. É usado para cenas de corte.

Esses recursos técnicos empregados para dar ênfase à cena e ao personagem são um exemplo de como a figura interpretada na tela tem um papel fundamental na narrativa para televisão. E o repórter, diante dessa capacidade da TV de produzir e levar imagens até o público, apropria-se dessa linguagem meramente visual para complementar a linguagem verbal (locução em OFF) e textual (texto da matéria em si). Temos, portanto, um perfeito encaixe entre essas três ferramentas básicas para a construção de um VT.

Diante do material bruto gravado, o repórter sabe que tipo de texto pode construir. Sem sincronia entre texto e imagem, o VT fica incompleto e pode criar um desconforto em quem assiste porque a informação fica truncada, sem nexos.

3.3 OS PERSONAGENS

Se o uso de referências que aproximam ficção da realidade é um ponto em comum entre as duas narrativas, destacamos também a importância dos personagens para as histórias – ficcionais ou não. São eles, aliados ao mundo fictício da cena que “absorveram as palavras do texto e passam a constituir-las, tornando-se a fonte delas – exatamente como ocorre na realidade”. (ROSENFELD, 1998, p. 29)

A narração – mesmo a não fictícia –, para não se tornar em mera descrição ou em relato, exige, portanto, que não haja ausências demasiado prolongadas do elemento humano (este, naturalmente, pode ser substituído por outros seres, quando antropomorfizados) porque o homem é o único ente que não se situa somente ‘no’ tempo, mas que ‘é’ essencialmente tempo. (ROSENFELD, 1998, p.28)

PROPP (1974) entende que os personagens, objetos e os motivos eram considerados elementos mínimos para compor uma narrativa. Para ele, o núcleo básico da evolução da história narrada é chamado de função e compreende “o procedimento de um personagem, definido do ponto de vista de sua importância para o desenrolar de uma ação” (PROPP, 1974, p.26). Na narrativa conteriam no máximo 31 funções. Os estudos atuais sobre narrativa ainda se baseiam nas referências de Propp, mas os números foram sendo apropriados e reduzidos por outros autores. Greimas (1975) apresentou o modelo narrativo mais usado no século XX, com apenas 20 funções: ausência, proibição, procura, decepção, vilania, ordem, partida, prova, recepção de adjuvante, deslocamento espacial, combate e vitória, marca, dissolução, retorno, perseguição e libertação, chegada incógnita, atribuição de tarefa e logro, reconhecimento, revelação do traidor ou herói, punição ou prêmio (casamento).

Porém, esses índices eram menos usados para estruturar a cadeia de eventos narrados e mais para se referir ao caráter das personagens, ao sentimento, à atmosfera. Já Bremond (1964) considera que a narrativa não precisa ser linear e descreve fases para o processo narrativo: começa com uma situação que tenha potencialidade para virar uma história; passar por sua realização, ou a ausência dela, numa espécie de alternativa; e culmina no sucesso final, ou o fracasso, caso a etapa anterior não tenha realização alguma.

Tendo isso em vista, considero que a narrativa começa onde verbos de ação se encadeiam para dar início a um conflito, uma intriga, um embate de alguma espécie, não importa quão esgarçadamente lenta, digressiva, autoconjecturada possa ser a narração desse encadeamento de ações. Vem daí a diferença entre ‘apanhou uma faca’ e ‘empunhou uma faca’. Embora ambos sejam verbos de ação, na segunda frase já se insinua uma semente de dramaticidade que a coloca muito mais perto da narração do que na primeira frase. (SANTAELLA, 1992, p. 324)

O uso de personagens é registrado ao longo da história, mas foi sistematizado a partir das antigas peças do teatro grego. Aristóteles, em sua “Poética”, escrita há aproximadamente 320 anos a.C, apresenta a imitação de pessoas reais como forma de

conduzir as histórias, divididas em tragédias e comédias. Os vícios e virtudes de cada ser humano são incorporados na representação verbal de cada personagem. O drama é definido então como a imitação do real por meio da representação e da ação. Já a narrativa, segundo COUTINHO (2002, p.106) compreende “uma construção textual que valoriza a estrutura e o elemento dramáticos”. Ou seja, é a fala do personagem em um contexto, seja ele o de produção jornalística ou de edição do material bruto.

Na literatura épica, o personagem é visto como figura central para dar à história o caráter fictício ou não. As narrativas que descrevem ambientes ou paisagens poderiam constar em qualquer tipo de obra: jornalística, literária, até nos livros didáticos. Mas a presença do ser humano – ou de uma figura humanizada, como a barata de Kafka – cria uma espécie de identificação com o leitor que é levado, sutilmente, a viver a experiência de alguém que ele não é.

A obra literária também tem a capacidade de preencher todas as percepções do leitor porque detalhes como a luz no ambiente, a decoração do espaço, etc., podem ser fundamentais para a história e ganham descrições minuciosas em páginas e mais páginas. A imagem – inclusive a criada na mente do leitor – consegue captar muitas informações da cena. Isso é bom porque permite variadas interpretações sobre a mesma obra. No caso do audiovisual, não podemos esquecer que a cena filmada é um recorte (AUMONT, 2005) e esse recorte é a principal conquista da obra literária, segundo ROSENFELD (1998). Isso se explica porque com o recorte, o personagem ganha contornos definidos e definitivos.

Esse parâmetro muda principalmente no teatro porque o palco precisa ser preenchido por um ator para dar fluidez à peça. No cinema e na televisão, a presença do personagem é enriquecida com a imagem. Eles têm o poder de descrever e “viver” a figura inventada, ficcional, de uma forma mais plena que pareça, de fato, real.

O cinema é fundamentalmente arte de personagens e situações que se projetam no tempo e vinculado ao teatro e ao romance, apesar de serem outras duas artes distintas. E explicação é que o cinema tem a mobilidade espacial da narrativa presente nos romances e o personagem encenado por atores, como no teatro. É “uma simbiose entre o teatro e o romance”. (SALES GOMES, 1998 p. 106)

Nas artes audiovisuais, em específico na televisão, a forma como esses personagens são mostrados influencia na percepção do telespectador. O cuidado da imagem é trabalhar a ficção e os personagens de forma que pareçam naturais aos olhos de quem vê, como aponta BERNARDET (1984, p. 32): “a relação entre a tela e o

espectador era a mesma que no teatro. A câmara [sic] filmava uma cena como se ela estivesse ocupando uma poltrona na platéia de um teatro”.

E do teleteatro surgiram as telenovelas, principal produto da indústria cultural brasileira, que vamos dedicar algumas conceituações a seguir.

3.3.1 – Personagens rurais nas telenovelas

Além dos telejornais, outro produto da TV aberta com muita audiência são as telenovelas. Fomos buscar nas produções inseridas no campo da ficção as bases das representações de tipos por meio do uso de personagens. E aplicamos o contexto rural como recorte específico para este caso.

Para sustentar nosso argumento, entendemos ser relevante contextualizar as telenovelas enquanto produto contemporâneo que constantemente renova as imagens e o cotidiano do país. “A novela se tornou um veículo que capta e expressa a opinião pública sobre padrões legítimos e ilegítimos de comportamento privado e público” (LOPES, 2009, p. 26)

Nos Estados Unidos, a difusão de aparelhos de TV se deu a partir dos anos de 1950 com mais intensidade na década seguinte. No Brasil, o processo de inserção dos aparelhos nas residências foi mais lento. Mas representou uma considerável mudança dos hábitos familiares. A expansão das fronteiras nacionais foi uma estratégia durante o período militar e contribuiu para que o sinal das primeiras emissoras chegasse em mais estados do país. Outra ação do governo da época foi o controle da quantidade de produções estrangeiras que eram exibidas na programação. A exigência de produtos nacionais na tela da TV permitiu o surgimento de um mercado gigantesco, composto por profissionais dos bastidores e as grandes estrelas, ídolos nacionais que surgiram a partir do lançamento dos primeiros programas.

A novela virou objeto de estudo, analisado por diversos ângulos. O que se aproxima desta pesquisa é a corrente que entende a novela como reflexo – e extensão – da sociedade e dos debates mais latentes entre a população que consome as produções audiovisuais.

a oposição entre o universo de classe média alta – pouco significativo, mas objeto privilegiado de exposição nos anúncios comerciais – e o universo das classes populares – quantitativamente dominante, mas praticamente ausente das imagens da televisão – é objeto de reflexão da bibliografia que associa a racionalização da administração televisiva, a organização de grades de

programação, a profissionalização das relações entre emissoras, anunciantes e atores, o crescimento do número de telespectadores e a quase que monopolização da audiência por uma emissora a uma aliança político-ideológica que sintetizaria o significado da programação televisiva do período. (HAMBURGUER, 2005, p. 25)

Em todas as etapas de consolidação das telenovelas, foram definidos novos repertórios e adequando-se as fórmulas. A partir da década de 1990, já com a nova constituição e a volta do regime democrático, a novela manteve o papel de captar e traduzir na tela em forma de um produto ficcional as noções que a sociedade tinha sobre questões teoricamente divergentes como o público e privado, feminino e masculino, notícia e ficção:

“Acompanhar ou assistir uma novela é incorporar a trama ao cotidiano e de certa forma participar da dinâmica social que vai definindo os rumos da narrativa. Enquanto escrevem, autores estabelecem interlocuções, mesmo que fictícias, não intencionais e/ou não explícitas, com telespectadores imaginários e/ou privilegiados.” (HAMBURGUER, 2005, p.44)

As primeiras pesquisas que avaliaram qualitativamente e quantitativamente a audiência de uma telenovela não contemplavam a população que vivia no campo.

A área de estudo na época concentrava-se no perímetro urbano – e a princípio, apenas o do Rio de Janeiro, cidade sede das principais emissoras e dos institutos de pesquisa. Entretanto, pesquisadores de audiência reconhecem que em cada região geográfica existe um hábito particular de assistir TV. A base de comparação seria o público urbano da região Sudeste.

As pesquisas de audiência ajudaram a construir o modelo de dramaturgia tipicamente nacional. Esse processo começou no fim da década de sessenta, a partir da novela “Beto Rockfeller” (TV Tupi, 1968). As referências de um país em mudança, com uma linguagem coloquial e malandra provocaram uma identificação com o público:

Alçada à posição de principal produto de uma indústria televisiva de grandes proporções, a novela passou a ser um dos mais importantes e amplos espaços de problematização do Brasil, indo da intimidade privada aos problemas sociais. Essa capacidade *sui generis* de sintetizar o público e privado, o político e o doméstico, a notícia e a ficção, o masculino e o feminino, está inscrita na narrativa das novelas que combina com combina convenções formais do documentário e do melodrama televisivo. (LOPES, 2013 p.6)

Ainda de acordo com a autora, as histórias ficcionais pautam as conversas do cotidiano. O mesmo ocorre no sentido inverso: os próprios roteiros ficcionais são

influenciados por assuntos amplamente discutidos – e vivenciados – pela sociedade. O “mundo real” é pautado pela televisão. Assim, elementos visuais e textuais como os figurinos, trilha sonora e gírias que fazem sucesso passam a ser incorporadas pelo público.

Para FERRÉS (1998, p.45), “mais do que reflexo da realidade, a televisão é o espelho da ideologia dominante. Reflete essa ideologia impondo-a, legitimando-a e expandindo-a”. Seguindo o ponto de vista do autor, é possível afirmar que os produtos ficcionais são criados com intenções. Dada a ampla abrangência da telenovela, o discurso implícito na trama ganha uma abrangência nacional e atinge muitas pessoas. Sendo assim, os autores se apropriam desse meio para propagar temas e assuntos. RAMOS (1986) chamou a predominância de assuntos de classe média nos enredos das novelas de “cultura zona sul”. A visibilidade que a zona sul carioca tem na ficção é marca do regionalismo presente nas telenovelas, que acabam reforçando ideologias e reproduzindo estereótipos.

Como vimos, a telenovela atua em busca de referências para atestar para o público a verossimilhança da trama exibida na tela. Com isso, elas viraram um marco representativo da sociedade da época. Nos anos setenta, a transição de um Brasil arcaico para um Brasil moderno alterou o perfil de muitas produções. E os enredos sustentados basicamente por histórias de amor e desencontros de casais se tornaram mais políticos e contestadores. Passamos a ver na telinha um retrato mais atual da família, dos dilemas sociais e das críticas ao país da época.

Nesse contexto, surgiram muitos personagens rurais memoráveis. Na década de setenta, a novela “Irmãos Coragem” estreou com a missão de assumir a liderança na audiência do horário nobre. A trama de Janete Clair foi a mais longa a ser exibida pela Rede Globo, com 328 capítulos e a permanência de mais de um ano no ar. A estratégia de lançamento da novela “Irmãos Coragem” queria captar, de forma permanente, a audiência masculina para o gênero televisivo. A trama contribuiu para essa diversificação. O comportamento do público foi mantido até mesmo após o fim da novela. Segundo HAMBURGUER (2005, p. 63) de 1970 até 1990, essa presença masculina na frente da telinha se manteve: “em torno de 40% da audiência para a Grande São Paulo e Rio de Janeiro entre 1990 e 1994”.

A história da novela teve como inspiração os filmes norte-americanos de faroeste. Na fictícia cidade aconteciam sequências de ação como perseguições à cavalo e tiroteios. Como a figura do caubói não é tão representativa aqui quanto nos EUA, o

roteiro deixou de priorizar o indivíduo justiceiro e solitário para dar ênfase à família e seus conflitos.

Mesmo assim, em “Irmãos Coragem” é possível identificar personagens que representam os contextos rurais da época. Em Coroadó vivem figuras típicas como camponeses, garimpeiros e patriarcas, vistos como gestores de famílias conservadores. Mas a figura mais emblemática e que sintetiza o contexto de transição política vivida na época em que a novela foi exibida é a do coronel.

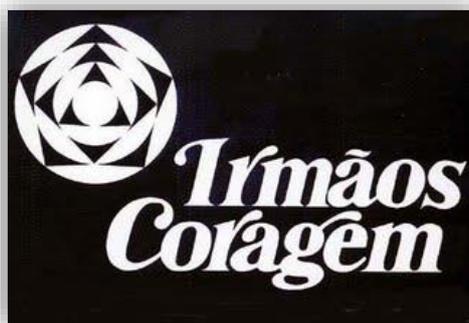


Figura 1: título da novela Irmãos Coragem. Imagem em preto e branco e formas geométricas que pouco revelavam sobre a trama.



Figura 2: Os irmãos que dão nome à trama, sendo que Duda, à direita, chega da cidade. Ele abala a estrutura estabelecida da família e é o gerador de conflitos.

Se em “Irmãos Coragem” a figura do coronel não dava margem para reações positivas do público, outra novela conseguiu transformar a figura que simbolizava o atraso político e a luta de classes no interior do país. Em “Roque Santeiro”, de Dias Gomes, personagens que representavam as forças políticas, econômicas e religiosas ainda controlavam a pequena cidade fictícia de Asa Branca. Mas, o antológico Sinhorzinho Malta caiu nas graças do público. O ator Lima Duarte deu vida ao personagem que, ao mesmo tempo em que era desonesto e autoritário, expunha as

fraquezas perante a namorada e amante, a excêntrica Viúva Porcina, vivida por Regina Duarte.

A trama paralela do casal dava leveza ao personagem do coronel. E invertia o preconceito vigente na época de que o homem é que controlava a relação. No casal de “Roque Santeiro”, era a mulher que submetia o homem a seus caprichos.

Na década de 90, a Rede Manchete exibiu um grande sucesso que abalou a liderança da concorrente Rede Globo. “Pantanal”, de Benedito Ruy Barbosa continuava na mesma linha das novelas que retratavam o “Brasil que o Brasil desconhece”. A novela propôs uma redescoberta do interior do país, exibindo na tela grandes paisagens da região centro-oeste. O ritmo lento de edição permitia uma apreciação das belezas naturais. Os personagens trocam a região Sudeste para povoar e ter um futuro no interior. A oferta de recursos tecnológicos incipientes nas décadas passadas permitiu o uso de efeitos especiais e grandes sequências de ação. O nu feminino, em “Pantanal”, simbolizada a busca pelas raízes, pela essência a partir do que era visto anteriormente como exótico.

Dos personagens que mais ficaram na memória do público, destaque para José Leôncio, vivido por Claudio Marzo. Ele chegou jovem ao pantanal e começou a criar gado de corte. A partir daí, prosperou e dividia a vida entre o pantanal e o Rio de Janeiro. O filho dele, Jove, interpretado por Marcos Winter, foi levado da cidade grande para o interior e teve dificuldades de adaptação.

“Pantanal” abordou questões ecológicas e de preservação das florestas em meio ao desmatamento para a criação de áreas de pastagens. Mais da metade das cenas foram gravadas *in loco*, ou seja, fora do estúdio, pra imprimir mais realidade ao enredo. Além disso, em tramas paralelas, lendas do folclore pantaneiro estiveram presentes. Figuras como a do Velho do Rio, curandeiro que cuida das pessoas atacadas por sucuris, tinham espaço nas cenas. A atriz Cristiana Oliveira deu vida à Juma Marruá, famosa personagem que se transformava em onça⁸.

⁸ Na época da novela, lojas passaram a vender produtos inspirados no *country* e roupas com cores mais terrosas, com aspecto rústico.



Figuras 3: Cena da abertura da novela Pantanal, repletade referências à natureza.



Figura 4: O folclórico personagem do Velho do Rio que perambulava pela mata. O ambiente rural desconhecido pelo grande público inspirava a criação de “causos”.

Nas tramas do autor Benedito Ruy Barbosa, percebe-se também a predominância do caipira no centro dos conflitos, desde a década de 1970. Mas a maior projeção do autor foi a produção de “Pantanal” para a TV Manchete em 1990. Benedito Ruy Barbosa era “um novelista que apresenta sempre uma alternativa à chamada ‘cultura Zona Sul’ preponderante nas telenovelas” (BRANDÃO, FARIA, 2013, p. 8). Além de “Pantanal”, as novelas “Renascer” e “Paraíso” tem o mesmo perfil de serem tramas ambientadas no interior do Brasil. A novela “Meu Pedacinho de Chão”, de 1971 e que ganhou um remake em 2014, inaugurou o horário das 18h naquela época e marca a trajetória de Benedito Ruy Barbosa como novelista rural (BRANDÃO, FARIA, 2013).

A década de noventa foi marcada por tramas nacionalistas que abriram espaço para o ambiente rural. Mas a que trabalhou esse contexto de uma forma bem próxima com a realidade política vista diariamente nos jornais foi “O Rei do Gado”. Esse outro grande sucesso escrito por Benedito Ruy Barbosa estreou em 1996.

A trama se inicia nas lavouras de café, única fonte de renda de imigrantes italianos. O público se envolve com a briga entre duas famílias: os Mezenga e os Berdinazzi. Essa separação serve de pano de fundo para tramas paralelas e amores

impossíveis. Na passagem de tempo da narrativa, a pecuária passa a ser o forte. O personagem principal, vivido por Antônio Fagundes, é dono de milhares de cabeças de gado, que lhe rendem o apelido que dá nome à novela. Apesar de ter ligações com personagens da cidade grande, é no interior, na casa grande da fazenda, que Bruno Mezenga se sente à vontade e passa boa parte da trama. É como se o interior fosse o alívio para muitos problemas vividos pelo protagonista.

Em “O Rei do Gado”, a reforma agrária foi um dos temas paralelos. O autor deu uma visibilidade até então inédita ao Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST). A atriz Patrícia Pillar interpretou a protagonista Luana, integrante do movimento e cortadora de cana. Luana se apaixonou por Bruno Mezenga, num romance improvável, mas mesmo com esses elementos de romance, o tratamento político não ficou de lado.



Figuras 5: Cena da abertura de O Rei do Gado, com o símbolo da ferramenta usada para marcar a pele dos animais.



Figuras 6: A sem-terra Luana: engajamento social e crítica à concentração de terra por parte dos grandes fazendeiros do interior.

Antes da novela ser gravada, os atores fizeram um trabalho de imersão nas situações e dificuldades vividas por cortadores de cana. Os atores das novelas com temáticas rurais – talvez pelo próprio assunto central da trama ser diferente de uma realidade urbana na qual os profissionais estariam acostumados –na novela estão acostumados a fazer esse trabalho para incorporar o personagem de uma maneira mais fidedigna.

Walcy Carrasco é outro autor de novela que aproveita a riqueza do ambiente rural para criar personagens marcantes. Enquanto as novelas mais antigas tratavam o morador do interior do país como um ser cheio de conflitos, em processo de mudança e expansão das fronteiras – físicas e sociais – Carrasco retrata com mais leveza o homem do campo. O humor é uma característica marcante de suas obras.

Um caso é o do personagem Julião Petruchio, interpretado por Eduardo Moscovis na novela “O Cravo e a Rosa”. A trama, exibida no horário das 18h era ambientada em São Paulo nos anos de 1920 e mostra o rude Petruchio como o dono de uma fazenda e produtor de queijos, que se apaixona pela urbana Catarina, numa comédia romântica inspirada no clássico “A Megera Domada”, de Shakespeare. Petruchio mora com a família na fazenda caindo aos pedaços, e luta para não perder a propriedade.

Essa mesma fórmula se repete atualmente, com a novela “Eta Mundo Bom”, a mais recente produção de Walcy Carrasco. A história exibida no horário das 18h é de época⁹ e narra a jornada de um jovem que sai do interior pra tentar encontrar a mãe na cidade grande. Lá, ele descobre as dificuldades de viver num ambiente diferente. O protagonista Candinho é retratado como o caipira simples e de pouca instrução. Em várias sequências, ele é enganado pelos antagonistas, que são moradores da cidade.

A novela estreou em janeiro de 2016 com bons índices de audiência. O que mostra que o sucesso de tramas com apelo rural não ficou restrito apenas às décadas passadas. Entretanto, as críticas especializadas registraram que o público teria ficado incomodado com o sotaque usado pelos atores na construção dos personagens. Além de estar exagerado, a imitação do falar do caipira estaria prejudicando a compreensão do texto.

O ambiente rural volta para a grade de programação das novelas da Rede Globo no horário nobre. Em com outra obra de Benedito Ruy Barbosa. Em março, a estreia de

⁹ O termo “novela de época” caracteriza produções ficcionais ambientadas em épocas passadas. Cenários, figurinos e costumes antigos servem de pano de fundo para as tramas.

“Velho Chico” foi uma estratégia para recuperar a audiência do horário das 21h, que já não é mais o mesmo há alguns anos.¹⁰

O investimento da emissora trouxe de volta atores de grande aceitação junto ao público, uma qualidade visual e técnica impressionantes e a trama que tem como pano de fundo uma cidade no interior da Bahia, erguida às margens do rio São Francisco.

3.3.2 – Personagens no jornalismo

Uma vez que entendemos a prática jornalística enquanto narrativa e que essa narrativa tem influência da ficção, podemos afirmar que os personagens, como definimos há pouco, foram incorporados pelo jornalismo.

Esse processo de incorporação segue bases que não podem ser definidas de maneira exata porque cada repórter, enquanto narrador, lança mão dos recursos que sejam convencionais para contar a história. No cinema existe uma fórmula para a presença do narrador. No filme, ele “se retrai ao máximo para deixar o campo livre às personagens e suas ações” (SALES GOMES, 1998, p.107).

Seja intencional ou não, o narrador não ocupa espaço de protagonista na história. As falas – e até mesmo cenas sem diálogos – tomam conta da tela e contam a história. Nesse ponto, faço uma comparação com o narrador de TV, incorporado nas reportagens pelo repórter. Se no cinema o narrador se afasta para deixar fluir a história, nas reportagens de TV, o OFF do repórter é elemento importante para ajudar na condução e apresentação do personagem e da narrativa em si.

Enquanto o repórter apresenta o entrevistado/personagem em sua rotina, o que vemos são imagens da figura retratada. E o que ouvimos é a voz do repórter complementando as informações que aparecem na tela. Nesse caso, não existe um distanciamento e sim uma interferência do repórter-narrador.

Sales Gomes (1998) não descarta, entretanto, o fato de personagens que só existem através de palavras. É o caso de uma lembrança ou quando conhecemos um personagem na narrativa através de outro. Essa característica se aproxima muito do personagem do romance, segundo o autor. Para ele, a figura “contada” jamais será igual

¹⁰ Velho Chico foi escrita originalmente para o horário das 18h. O interior do Brasil é retratado como sendo um lugar de conflitos e remete às antigas histórias do cangaço. O homem do campo é retratado como uma figura disposta a lutar pela terra onde vive e é constantemente ameaçado pelo poder político de um coronel.

à figura “mostrada”. A TV tem, nesse ponto, a liberdade fluida de deixar o personagem se comunicar tanto com o repórter narrador que conta quanto com o telespectador que vê.

Para chegar a esse domínio, mesmo que involuntário, de elementos para a construção de personagem, o repórter precisa conhecer muito bem a essência da reportagem jornalística em si.

“tais aspectos esquemáticos, ligados à seleção cuidadosa e precisa da palavra certa com suas conotações peculiares, podem referir-se à aparência física ou aos processos psíquicos de um objeto ou imagem (ou de ambientes ou pessoas históricas, etc.), podem salientar momentos visuais, táteis, auditivos, etc.” (CÂNDIDO, 1998, p.14)

Ao interiorizar o modo de fazer padrão, o repórter se sente confiante para inovar e buscar soluções semânticas para deixar o VT “redondo”, no jargão jornalístico.

Esse trabalho começa antes mesmo da equipe sair para a gravação externa. São conceitos e códigos fixados desde a elaboração das pautas e das conversas na redação. “A gravação de tomada obedece a indicações de como abordar os entrevistados, como realizar a gravação das cenas, em que ordem, utilizando-se de enquadramentos já padronizados em uma linguagem comum” (SILVA, 2001, p. 156).

A pesquisadora Iluska Coutinho defende que “exista uma estrutura dramática na organização e edição das notícias nos telejornais brasileiros”. (COUTINHO, 2012, p. 112). Essa dramaturgia no jornalismo seria resultante de uma espetacularização da notícia feita pelos próprios profissionais e pautada por outros fatores, entre eles, uma exigência da própria audiência, que é um aspecto próprio da televisão.

Na dramaturgia, as ações seriam apresentadas e resolvidas no mesmo instante em que o público tomasse conhecimento do enredo. “Preparar dramaticamente alguma coisa é criar, no âmbito de uma peça, indicações através das quais o público passa, consciente ou inconscientemente, a acompanhar a evolução dos personagens” (PALLOTINI, 1988, p. 33 apud COUTINHO, 2012, p. 108)

Entre os profissionais de imprensa, convencionou-se chamar de “personagem” aquela figura que vai servir para ilustrar a reportagem. É com a presença do personagem que a história é desencadeada. E a ele é atribuída a responsabilidade de confirmar ou refutar o assunto tratado na pauta. A figura entrevistada assume uma finalidade quase testemunhal. Diante disso, não encaramos neste estudo as fontes oficiais como personagens.

As fontes oficiais são aquelas que têm a informação que norteia a elaboração da pauta. São especialistas, representantes de órgãos públicos ou empresas, que têm a função de dar embasamento à reportagem. Como exemplo, em uma reportagem sobre o aumento do preço do pão de sal. Dependendo da angulação da pauta, o presidente do sindicato e o padeiro não seriam personagens porque são as fontes oficiais envolvidas no processo de confecção e venda do produto. Eles vão confirmar, para o repórter, porque o preço está caro, o que isso implica para o consumidor. Seguindo o pensamento da prática jornalística habitual, o consumidor que está na padaria levando o pão de sal pra casa se encaixaria no perfil de personagem, uma vez que ele é envolvido no processo sem ter a informação oficial. Mas sabe, de uma maneira isenta do oficialismo, que o produto está mais caro e que agora ele tem que levar menos pra casa.

Ao dar voz a esse indivíduo consumidor, o repórter consegue ativar a reciprocidade em vários outros telespectadores que, no momento exato da veiculação da matéria vão se identificar com aquela figura que deu entrevista. Essa reciprocidade, como vimos no início deste capítulo, é uma das formas de interação entre o narrador e o público, fundamentais para que haja uma narrativa. “Uma narrativa é feita de ações de personagens, sem as quais a própria personagem não poderia se definir, quer dizer: personagens não são pessoas, no sentido de depositárias de atributos psíquicos” (SANTAELLA, 1992, p. 323).

Esse comportamento do telespectador é uma reação positiva para o jornalista. Ele, ao inserir na reportagem um indivíduo comum que “sofre” os mesmos problemas de vários tantos outros, reforça a própria credibilidade e a da emissora. Ambos passam a ser vistos como próximos à comunidade e aos problemas reais enfrentados pela sociedade. É a forma de “ouvir o outro lado”.

Passamos a partir do capítulo seguinte a um aprofundamento sobre uma área da comunicação que atua sobre um segmento específico: o público rural. A principal diferença pro que vimos até o momento está no fato de que a comunicação especializada entende a figura retratada – o personagem – também enquanto público consumidor, ou seja, precisa se preocupar com a máxima fidelidade da representação.

4 BOM DIA HOMEM DO CAMPO

*“Moro na roça, Iaiá
Nunca morei na cidade.
Compro o jornal da manhã
Pra saber das novidades.”*
(“Moro na Roça”, Clementina de Jesus)

Apesar da letra da música se tratar de um samba, composto nos morros cariocas e pouco associada à realidade rural, ela retrata um hábito: o de acordar cedo e ficar bem informado. Hábito que também acontece no interior do país. A partir da informação técnica chega ao produtor rural é possível fazer transformações nos modelos de produção, aprender técnicas novas e aperfeiçoar a atividade no campo.

A notícia, que também está na página dos impressos, no sinal do rádio e na tela da TV (acrescentamos também: agora na palma da mão, com a internet) contribui na tentativa de reduzir as distâncias entre o espaço urbano e o rural. A informação cotidiana “ao vivo”, veiculada para todos e ao mesmo tempo não faz distinção entre o público que é de “campo” e “cidade”, e sim coloca todos no mesmo espaço midiático (FECHINE, 2006).

A leitura do jornal da manhã é, portanto, deixa o produtor informado sobre o que ele precisa e pode aplicar na atividade diária, mas também sobre o que ele precisa para se sentir membro de uma comunidade nacional. O afastamento territorial não pode ser usado como justificativa para não incluir essa parcela da população do país na mídia.

Acordar cedo também é um hábito na roça. Por dia, centenas de milhares de trabalhadores rurais saem de suas casas para trabalhar. São pequenos, médios e grandes agricultores que estabelecem uma relação simbólica com a “labuta”. Para eles, a terra é sinônimo de sustento. É dela que vem o alimento que paga as contas, que enche a mesa e que projeta para a colheita que vem boas ou preocupantes expectativas. E o que poderia existir de quase poético e romântico nessa relação é dividido também com as incertezas.

O homem do campo nem sempre é dono do pedaço de terra onde mora. E quase nunca consegue vender o produto direto no mercado. A atividade da roça foi incrementada com fatores mercadológicos externos, como a presença de atravessadores e as cotações diárias dos produtos na Central de Distribuição.

Em relação ao leite, por exemplo, há quatro anos, um litro custava menos de um real. Quando o leite passou a valer “moeda” (na visão dos produtores, quando atingiu o valor de um real, ou seja, uma moedinha) teve até comemoração.

Um pequeno produtor que ordenha as vacas e consegue trinta litros por dia, sete dias na semana (a atividade não pode parar nos fins de semana porque o leite não pode ficar acumulando nas vacas), consegue, com a cotação de um real, um valor de R\$ 210,00 por semana. No fim do mês, fecha as contas com R\$ 840,00. Ou seja, o produtor rural tem pouco mais de um salário mínimo no mês para sustentar a família, que também ajuda no trabalho de coleta do leite.

Esse valor é uma média, visto que o preço do leite e de outros produtos vindos do campo sofrem alterações constantes. Em Minas Gerais, segundo o CEPEA, o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada da USP, o valor mínimo pago pelo leite em Minas Gerais no final de 2014 chegou a R\$ 0,75. “Houve uma queda no preço líquido do leite em todos os estados da pesquisa do Cepea. As maiores baixas foram registradas em Goiás e Paraná, de 6% em cada e em Minas Gerais e Santa Catarina, de 5,4%” (BOLETIM DO LEITE, Cepea USP, 2014) Esta informação está em um dos informativos divulgados pelo Centro para os pesquisadores da universidade e também para os produtores rurais.

Essa comparação econômica tem a finalidade de ilustrar em poucas palavras a dificuldade vivida por muitos produtores rurais de manter a atividade no campo. Não são raros os relatos dos que pensam em desistir da lavoura ou dos animais para buscar emprego na “cidade grande”. A perda do vínculo com o campo não se dá de uma hora pra outra. É um fator histórico que contrasta com a importância dada ao campo hoje, enquanto provedor de alimentos e espaço de preservação das riquezas naturais do país.

O lado atrasado não foi suprimido e persistia porque parte da população rural ainda vive em situação de vulnerabilidade social e pobreza, sem acesso a boa parte dos serviços públicos (SCHNEIDER, 2010). Apesar desse contexto, não podemos deixar de lado o fato de que o campo esteve no centro de pesquisas da área de comunicação e tecnologia ao longo dos anos e que os resultados dessas pesquisas podem ter contribuído para a evolução de alguns processos. Na região Centro-Oeste do país, a colheita da soja é toda mecanizada. Até mesmo em Minas Gerais, onde o leite não é uma atividade lucrativa para o pequeno agricultor, como vimos, muitos investiram na ordenhadeira mecânica, um equipamento que dispensa o contato manual do homem com o animal para retirar o leite.

Fatores sociais, econômicos e culturais culminaram numa mudança do perfil do indivíduo morador da zona rural e permitiram o estudo de um novo desenho para o que chamamos de “ruralidade”. E, apesar da simplicidade com que vive, o homem do campo é um indivíduo complexo, de muitos perfis e cheios de contraste. Como definir, então, a melhor forma de levar informação até ele e sua família? Antes de chegarmos a possíveis respostas para esta pergunta, é preciso entender como foi definido o espaço rural brasileiro e qual sua importância para a nação.

4.1 ANÁLISES SOBRE O RURAL BRASILEIRO

O ambiente rural preenche nosso imaginário com várias referências. É o lugar de onde vem o alimento que está em nossa mesa. É o lar de nossos avós e bisavós. É sinônimo de sossego e de um povo que tem poucos bens materiais mas sabe aproveitar as coisas simples da vida. O rural seria, portanto, nossa essência?

O rural pode ser a nossa mais profunda brasilidade, ou nosso atraso, ou nossa reserva de purismo, mas será sempre uma espécie de outro, distante daquele que fala, mesmo quando no discurso á primeira vista venha considerado como o “país real.” (TOLENTINO, 2001, p. 11)

Um fato inegável é de que o país real tem forte vocação para as atividades rurais. Para esta reflexão, é preciso voltar no tempo da época da colonização portuguesa. A característica mercantilista e exploratória dos colonizadores fez com que boa parte das riquezas encontradas na América recém descoberta fossem para a Europa. Um comportamento que hoje é mediado pelas relações internacionais de comércio, ações na bolsa e uso de tecnologia. E que começou a se desenvolver no século XVI, nas capitâneas, quando a agricultura comercial descobriu na cana de açúcar um cartão de visitas valioso do Brasil para o mundo (SOUZA, 2008). Esse fenômeno fez com que muitas pessoas saíssem da cidade em direção ao campo para firmarem por lá suas novas raízes.

O desenvolvimento rural perpassa as barreiras econômica, social, cultural e ambiental:

...e assenta-se na melhoria da renda e da qualidade de vida dos homens e das mulheres, o que seria possível com a geração de empregos agrícolas e não-agrícolas, com a preservação ambiental e valorização da sustentabilidade, bem como, com a democratização das políticas, sob consolidação das instituições. (BOLTER, HAAS, FENNER, 2012, p. 39)

Ao longo da história recente do país, muitas alterações importantes marcaram o desenvolvimento das comunidades rurais. O fato é que, apesar dessas transformações, muitas famílias vivem e dependem do campo até hoje. Em especial, famílias que possuem pequenas e médias propriedades.

Essa, aliás, não era a principal característica do rural na década de 1930, quando a agricultura era a base da economia do país. No auge da produção cafeeira, as grandes propriedades estavam concentradas nas mãos de poucos latifundiários, que detinham o poder de influenciar nas decisões políticas e de fortalecimento da produção agrícola. Após a crise mundial naquela época, as conseqüências foram sentidas até meados da década de 1940, quando a agricultura passa para segundo plano. Quando o então presidente Getúlio Vargas concede legalidade e direito de sindicalização dos trabalhadores rurais, também nesta época, surgem as primeiras organizações sociais no interior.

A década de 1950, no contexto econômico brasileiro, é considerada o período “desenvolvimentista”, com a ideologia do governo voltada para internalizar um modelo internacional de produção industrial. A agricultura passa secundariamente a fortalecer o setor industrial (BOLTER, HAAS, FENNER, 2012). A modernização do mundo rural seria uma conseqüência desse processo, uma necessidade de adequação à nova divisão internacional do trabalho (BARBOSA, 1993).

A chamada “Revolução Verde” dos anos 1960 produziu uma alteração no meio rural brasileiro. O movimento governamental conseguiu atingir níveis altíssimos de produtividade rural e de modernizações no campo. Mas contribuiu também para promover a exclusão e as desigualdades sociais no campo, afetando principalmente as pequenas propriedades. Esse fato pode ter influenciado, anos depois, o surgimento das movimentos atuantes no interior, como o MST – Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra. Os problemas estruturais vividos no campo levaram à mobilização de trabalhadores que eram dependentes da terra e do salário pago por grandes fazendeiros.

As políticas de desenvolvimento do governo se intensificaram a partir da década de 1990, numa mudança no entendimento do que o campo representa para o país. Foram levados em conta comportamentos e fatos que vão desde a relevância histórica e cultural até a importância econômica do campo enquanto gerador de *commodities*¹¹ A partir da

¹¹ O termo *commodities* é aplicado na área dos negócios para designar produtos essenciais para o consumo humano, sem os quais os consumidores dificilmente vivem. É um termo global porque são negociados

década de 1990, “as discussões em torno da agricultura familiar e de seu potencial como modelo social, econômico e produtivo para a sociedade brasileira” (SCHNEIDER, 2010, p. 515) foi intensificado.

Atualmente, as decisões políticas transformam o conhecimento em um instrumento ideológico e prático, a serviço de quem pode ser atingido e beneficiado com os resultados da pesquisa no campo. O foco das políticas públicas no século XXI está voltado para a produção de alimentos. E é notável um resgate do pequeno produtor, um convite para que ele assuma, novamente, um papel de destaque na atividade no campo:

Surtem ao final do século XX, início do século XXI, algumas políticas significativas para o processo de desenvolvimento e inclusão social das propriedades de pequeno e médio porte, em especial as de agricultura familiar. Essas políticas públicas, como aposentadoria rural, Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF, Programa de Garantias de Preços Mínimos para a Agricultura Familiar – PGPAF, Programa de Aquisição de Alimentos – PAA, Habitação Rural, entre outros, estão sendo fundamentais para a permanência de grande parte dos agricultores e agricultoras atualmente existentes no meio rural. (BOLTER, HAAS, FENNER, 2012, p. 47).

O desenvolvimento rural brasileiro foi objeto de análise para Sérgio Schneider. O pesquisador se propôs a um estudo das principais vertentes deste tema. Uma conclusão foi a de que, durante muito tempo, esse desenvolvimento esteve restrito apenas às regiões que receberam ações do estado e/ou de organismos internacionais. As demais regiões, entendidas como “pobres” e carentes de tecnologia estavam atrasadas em relação ao processo de modernização.

Por isso, o primeiro passo para apagar as distinções entre campo e cidade é pensar que o espaço rural não deve ser vinculado à ausência total de serviços e de cidadania, graças às recentes mudanças que ocorreram no campo nas últimas décadas. O modo de produção capitalista oprimiu o arcaico que persiste em alguns segmentos da atividade rural. E homogeneizar os conceitos é uma forma de generalizar essas peculiaridades. Por isso, “a visão de homogeneidade empregada para caracterizar a realidade do mundo rural está desmistificada” (BARBOSA, 1993)

Para complementar esta afirmação de que a visão de homogeneidade é coisa do passado, se faz necessária a discussão das definições sobre o rural brasileiro. As representações são baseadas em referências, em construções coletivas e padrões

diariamente numa escala mundial, cujo preço é normalmente determinado pelo mercado internacional, e varia de acordo com a oferta e a demanda.

estabelecidos. Urbano e rural foram transformados em categorias simbólicas, construídas a partir de relações sociais distintas. Por isso, são colocadas em lados opostos. Em algumas regiões do país, essa divisão não corresponde mais à realidade. Ainda assim, não é impossível estabelecer uma distinção entre rural e urbano.

Se os termos rural e urbano são usados em contextos distintos, o termo “ruralidade” não deve ser usado como oposição para “urbanidade”. Quem defende o mesmo pensamento é a pesquisadora Maria José Carneiro. Para ela, o termo “ruralidade” não expressa apenas uma segmentação da sociedade dita rural, que vivia no campo. Para auxiliar na definição, é preciso expandir a definição de rural. No Brasil, segundo a autora, “o espaço rural não se define mais exclusivamente pela atividade agrícola” (CARNEIRO, 1997, p.56). São trabalhadores rurais que não necessariamente vivem da lavoura para subsistência. Moram no campo, mas exercem um papel dentro de um mercado capitalista. O campo virou, inclusive um meio alternativo de vida de pessoas vindas da cidade, que buscam sossego ou lazer. O urbano reconhece no rural o refúgio, descanso. Esse perfil é chamado pela autora de “neo-rurais”.

O espaço entre rural e urbano foi suprimido pela ação dos meios de transporte e de comunicação; pela agroindústria; pelo mercado de mão de obra. A dissolução dos laços comunitários não serve, como nunca serviu, para estabelecer a linha divisória entre os dois mundos e funcionou como estereótipo para ser explorado tanto pelos meios de comunicação quanto pelo populismo político, com a finalidade de alargar a sua atuação no terreno da oligarquia.” (BARBOSA, 1993, p.59)

As novas relações de produção geram novas formas de relações entre os indivíduos e entre as classes sociais. E a noção de “ruralidade” pode ser pensada ainda como um conjunto de categorias referidas a um universo simbólico ou visão do mundo que orienta práticas sociais distintas em ambientes culturais heterogêneos. FROEHLICH (2002) defende que é um processo dinâmico de constante reestruturação dos elementos das culturas locais com base na incorporação de novos hábitos, valores e técnicas. Para o pesquisador, no processo de redefinição de “ruralidade” e “urbanidade”, não deve haver uma destruição das culturas locais. E sim a expansão das relações sociais, um aprimoramento de técnicas e valores.

É como se fosse um fenômeno comum, parte de um processo de modernização e evolução das relações sociais. “Hoje, já não seria mais possível pensar o mundo ou o espaço rural sem admitir que um mesmo espaço é sempre um espaço plural, onde há

diferentes formas de se afiliar ou se identificar com um território” (FROEHLICH, 2002, p. 2).

Entretanto, esse fenômeno não anula a referência espacial que o sujeito tem do lugar onde mora. Nesse sentido, aplicamos o conceito de memória coletiva de Maurice Halbwachs. As tradições rurais específicas são sustentadas pela lembrança do passado, condicionadas aos membros de determinado grupo, no caso, dos moradores da zona rural:

Pode ser que essas imagens reproduzam mal o passado, e que o elemento ou a parcela de lembrança que se achava primeiramente em nosso espírito seja sua expressão mais exata: para algumas lembranças reais, junta-se assim uma massa compacta de lembranças fictícias. (HALBWACHS, 1990, p. 28)

As memórias são fictícias, segundo o autor, porque nem sempre vivemos de fato aquilo que contamos. A visão que um jornalista tem do campo pode ser criada com base em diversos fatores como as referências e o conhecimento particulares. Esse jornalista não precisa, necessariamente, vivido no campo para imaginar como é o ambiente rural. Essa construção, portanto, é inspirada na realidade e se torna ficção ao acrescentar elementos imaginados. No caso de quem vive no campo, as lembranças são reais, de quem viveu e tem propriedade sobre o assunto. Só que as mudanças também chegam ao campo. E a árvore que esteve no lugar há duzentos anos foi cortada. A estrada de terra ganhou asfalto. A ponte de madeira caiu. E essas lembranças, quando são passadas para as gerações futuras deixaram de existir na realidade. E se tornam parte de uma narrativa ficcional.

Parar no tempo, para o homem do campo, pode implicar ainda em prejuízos financeiros. Não modernizar os processos de produção implica em perda de mercado e menos lucro. E quando recebe uma proposta de emprego na cidade, o trabalhador rural deixa a terra. Por isso, ser o “rural puro”, sem interferência do urbano, é considerado um risco, “coisa do passado”. A partir dessa reflexão, a ordem clássica rural e urbano é complementada, num processo de simbiose que podemos descrever como a urbanização do rural e a ruralização do urbano:

Auxiliado pelo êxodo rural de grande parte da população jovem, atraída pela oferta de trabalho nas indústrias em expansão e pelos valores urbanos, esse processo de urbanização do campo se realizaria através da difusão de técnicas e de hábitos de origem urbana que resultaria na perda de distinção entre a cidade e a aldeia. (CARNEIRO, 1997, p.57)

O lugar do rural deixa de ser apenas o campo. É um ambiente global. E a mídia tem parte disso, ao ampliar a divulgação dos saberes do campo e entender o telespectador do campo não como uma fatia isolada de audiência, e sim como parte de um público global. A função da comunicação rural deve ser ampliada para que esse novo comportamento seja aplicado na prática. E são as definições dessa área de estudo voltada especificamente para a transmissão de mensagens para o público rural que veremos a seguir.

4.2 A COMUNICAÇÃO RURAL

A comunicação rural esteve no centro do debate no país num período em que a modernização das técnicas condicionava o homem do campo a um aumento de produção. Em 1988, foi o tema dos debates da edição nacional da Intercom¹² em Viçosa, MG. Antes mesmo da implantação do curso de jornalismo na Universidade Federal de Viçosa. Mesmo assim, o evento teve a presença de jornalistas que assumiram a responsabilidade – e a missão – de levar conhecimento através da mídia para o campo.

Quando as primeiras escolas de comunicação foram criadas, na década de 1960, o espaço dedicado ao ensino da comunicação rural era limitado e sem continuidade. O caráter eminentemente urbano das faculdades de jornalismo do país inibia o desenvolvimento dessas atividades. O isolamento do Brasil em relação às tendências do ensino nessa área da comunicação foi colocado em xeque:

Examinando, mesmo sumariamente, as teses produzidas nessas instituições sobre as questões da comunicação rural, verificamos que elas se limitam a tratar os temas de informação ou persuasão rural, difusão de inovações ou transferência de tecnologia, a partir de enfoques e metodologias externas ao campo científico da comunicação rural, ou seja, não se articulam organicamente o conhecimento sistemático produzido em âmbito internacional sobre essa disciplina. (MARQUES DE MELO, 1993, p. 77)

Em 1966 foi registrada a abertura de um campo de estudos na então Escola de Comunicações Culturais da USP. Ainda sem campo definido, a comunicação rural era inserida nos estudos sobre folkcomunicação. Em 1971, os alunos do curso de

¹² A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, a Intercom, tem mais de 30 anos de existência e estimula a produção acadêmica divididas por Grupos de Pesquisa (GP's). Por ano, são realizados os congressos regionais e o encontro nacional, com participação de cerca de 3.500 inscritos entre pesquisadores e alunos de ensino superior de várias partes do Brasil e do exterior.

Comunicação Social passaram a ter na grade de conhecimentos básicos, noções sobre a informação para o homem do campo.

É preciso reconhecer que nem todas as escolas de comunicação do país precisam acompanhar as questões relativas à comunicação rural (MARQUES DE MELO, 1993). Nas instituições de ensino inseridas próximas às regiões interioranas, ou onde a população urbana depende e convive com o ambiente rural, aí sim se torna uma vocação assumir a função informativa/extensionista de transferência de tecnologia da universidade para o campo. Para o pesquisador José Marques de Melo, as universidades que deveriam adotar esse perfil ficam no Rio Grande do Sul, interior de São Paulo e em Minas Gerais. No caso mineiro, as citadas pelo autor são as de Uberaba, na região do triângulo, e Juiz de Fora, na Zona da Mata. Nessas instituições, o desafio é saber aproveitar o potencial da comunicação para aumentar a rentabilidade do homem do campo e, conseqüentemente, a economia das localidades onde a faculdade está inserida.

Somente a produção de conhecimento sobre a realidade social, cultural e comunicacional das populações que vivem no campo e se dedicam às tarefas agrárias e pastoris poderá conduzir o melhor dimensionamento dos modelos e das estruturas, os quais determinam a circulação e o consumo das mensagens dirigidas ao mundo rural. (MARQUES DE MELO, 1993, p. 77)

Nos países da América Latina, a importância dada a comunicação rural é mais contundente. Nos países próximos à Cordilheira dos Andes, por exemplo, a agricultura só sobreviveu após a difusão de técnicas que ensinaram aos produtores como aproveitar a altitude e o relevo no cultivo de espécies como a Banana e o Arroz. Juan Diaz Bordenave critica o abismo existente entre o discurso e a prática da comunicação rural: “todo mundo reconhece a importância da comunicação rural, mas são poucas as instituições nos países em desenvolvimento que lhe garantem as funções, o status, o pessoal, os equipamentos e os orçamentos indispensáveis para seu adequado funcionamento” (BORDENAVE, 1993, p. 11). Nos Estados Unidos, a comunicação rural teve o mesmo efeito, dessa vez para reduzir as fronteiras de um país grande em território. Práticas aplicadas na costa oeste chegaram à costa leste e padronizaram as culturas de milho e aves.

Está embutida nessa reflexão, uma crítica ao modelo de pesquisa rural adotado no Brasil. Um comportamento presente em várias áreas do saber e da sociedade quanto se trata de buscar inspiração no que vem do estrangeiro:

Parece que o Brasil está mais preocupado em refazer aqui experimentos feitos lá fora, para o pesquisador se sentir 'up-to-date' em relação aos seus companheiros de colégio invisível em todo mundo, do que abrir linhas de investigação que interessem mais de perto nosso país, a nosso camponês, a nossa realidade. (RIBEIRO, 1993, p. 111)

A falta de prioridade em identificar formatos de comunicação no Brasil, em vez de apenas copiar o modelo externo levou, por exemplo, a disseminação da carpa nos açudes e lagos brasileiros. Um peixe de origem chinesa que ocupa águas onde poderiam viver peixes nativos.

Além do pesquisador, o perfil do comunicador rural era questionado. Nas redações, era visto como um profissional especializado, que precisava de uma formação específica (ou conhecimentos específicos, sem necessidade de formação) para lidar tanto com as informações que vinham da roça, quanto com as informações destinadas para aquele ambiente. Nesse contexto, a principal questão era sobre o tipo de profissional que estaria mais qualificado para tal atividade: o veterinário ou técnico agropecuário que aprende a comunicar ou o comunicador social formado que aprende agricultura e pecuária?

A resposta, retirada da edição do Intercom, é a de que a comunicação rural exerce um papel fundamental no desenvolvimento agrário. E cabe ao portador das informações o domínio de técnicas que seja úteis e suficientes para levar essa mensagem. Sobre o tipo de profissional mais capacitado para tal atividade, a história recente da evolução da comunicação rural no país mostra que tanto jornalistas quanto técnicos tem fundamental importância nesse processo.

O registro da década de 1980 é um dos mais ricos que abordaram o tema naquela época e que tem validade até hoje devido à profundidade dos pontos abordados e a atual relevância do tema na sociedade contemporânea que, já naquela época esgotava os recursos naturais fundamentais para a produção de alimentos no campo.

Um dos estudos pretende definir um conceito para a comunicação rural. Segundo Bordenave, trata-se de um conjunto de “fluxos de informação, de diálogo e de influência recíproca existente entre os componentes do setor rural e entre eles e os demais setores da nação afetados pelo funcionamento da agricultura ou interessados no melhoramento da vida rural” (BORDENAVE, 1993, p.12).

Tal conceito pode ser complementado a partir de uma definição feita pela FAO¹³ em 1986, durante a reunião anual realizada em Santiago, no Chile. Apesar de ser um conceito que completa 29 anos, se mantém atual ao aplicar termos e noções de fluxos comunicacionais praticados até hoje:

A comunicação rural é considerada hoje um importante fator de desenvolvimento. Ela é concebida como um fluxo de dupla via, programado e sistemático, de mensagens informativas, motivacionais, e ou, cognoscitivas, intercambiadas pelos diversos setores sociais envolvidos, com o fim de facilitar sua ação recíproca e fazer mais consciente, organizada e efetiva sua participação no desenvolvimento rural. (FAO, 1986 *apud* BORDENAVE, 1993, p.13)

Apesar de ampliar o conceito de comunicação rural, muitos estudiosos questionam essa abordagem. Entre os principais motivos, o fato de que muitas empresas participam ativamente, às vezes até mais que o ideal, no processo de comunicação. E se apropriam desse poder e da facilidade de comunicação para vender produtos e implementos para o homem do campo. Nesse sentido, a comunicação deixaria de cumprir a finalidade para a qual foi destinada. Além disso, o conceito reforça o caráter unilateral do processo comunicativo, ao reduzir a participação do homem do campo, entendido aqui como o receptor das mensagens e a parcela do público mais interessada no conteúdo dessas mensagens.

Um ponto de acordo com a definição da FAO é de que a comunicação rural é um fator que contribui para desenvolvimento no campo. É possível estabelecer essa relação, numa aplicação prática da comunicação no ambiente rural:

O desenvolvimento rural, então, está ligado à comunicação, uma vez que os agricultores necessitam dela para tomar suas decisões de produção e de convivência e o Estado precisa dela para tomar medidas de política agrária, tanto de caráter financeiro como de caráter técnico, que venham de encontro às reais necessidades e aspirações dos produtores rurais. (SOUZA, 2008, p. 18)

Por isso, um dos papéis atribuídos ao comunicador rural é o de analisar quais características têm mais influência sobre as decisões do agricultor, de forma com que esse agricultor se sinta confiante e informado sobre a adoção ou não de tais práticas. A informação reduz ao mínimo o caráter aleatório da agricultura e fornece ao produtor

¹³ Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura. Criada em 1945, com sede em Roma, Itália. A FAO trabalha no combate à fome e à pobreza. Promove o desenvolvimento agrícola, a melhoria da nutrição, a busca da segurança alimentar e o acesso aos alimentos. O escritório da FAO no Brasil existe desde 1979.

guias seguros e confiáveis para as decisões. A prática do método informalmente conhecido como “tentativa e erro” implica em meses de trabalho perdido. Afinal, estamos falando de plantas que levam tempo para se desenvolver e mais tempo ainda para produzirem frutos. Ou seja, a aplicação errada de determinadas técnicas ou o desconhecimento sobre a atividade podem levar a prejuízos incalculáveis para quem depende exclusivamente dessa renda.

Até aqui, nos limitamos apenas a conceituar a comunicação rural enquanto prática, sem aplicar a contextos de mídia e empresas comunicacionais. Isso porque as primeiras formas de transmissão sistematizada do saber no interior do país pouco dependiam do que era veiculado no rádio, TV ou jornais impressos. O primeiro trabalho mais eficaz de comunicação feito com a parcela da população que vive no campo ficou a cargo dos técnicos extensionistas.

A extensão rural pode ser definida levando em consideração três aspectos complementares: político, institucional e enquanto processo. A explicação mais comum, pelo viés do processo, é de que se trata, literalmente, de um “ato de estender, levar ou transmitir conhecimentos de sua fonte geradora ao receptor final, o público rural” (PEIXOTO, 2008). Não deixa de ser, portanto, um processo educativo de comunicação e de assistência técnica. O viés institucional se explica porque esse conhecimento vem de organizações públicas responsáveis por prestar o serviço. São empresas a serviço do poder público que contratam mão-de-obra e assumem as demandas para realizar o trabalho.

Enquanto política, a extensão rural adquire status de atribuição legal. É uma estratégia dos governos usar os funcionários das empresas de assistência técnica e extensão rural para repassar conhecimentos, numa tentativa de padronizar a produção no campo e, ao mesmo tempo, fomentar um processo de modernização da atividade agrícola. O objetivo não seria outro senão o de otimizar e aumentar a quantidade de alimento e produtos que saem do campo e que representam uma fatia considerável da economia nacional em setores que vão da agropecuária até o lazer e turismo rural:

uma agropecuária moderna (agronegócio) baseada em *commodities* e intimamente ligada às agroindústrias; um conjunto de atividades não agrícolas ligadas à moradia, ao lazer e a várias atividades industriais e de prestação de serviços e, por último, um conjunto de novas atividades agropecuárias, impulsionadas por nichos de mercado. (SCHNEIDER, 2010, p. 521)

A atividade de extensão rural é prevista nas leis do país desde o século XIX. Apesar de rudimentares naquela época, os decretos já previam exposições, concursos e publicações que tinham a intenção de compartilhar os saberes do campo. Apesar dessas iniciativas, havia uma dificuldade muito grande em abranger mais espaços do território nacional. As ações eram concentradas nas regiões Sudeste, Sul e Centro Oeste (as três regiões que hoje são as maiores produtoras agropecuárias do país) e precisavam ser expandidas para outras áreas.

O modelo de extensão rural adotado no Brasil foi importado dos Estados Unidos na década de 1940. Para isso, contou, inclusive, com apoio de empresas internacionais que se baseavam em exemplos difusionistas. A precursora foi a ABCAR – Empresa Brasileira de Crédito e Assistência Rural. Em 1974, o Ministério da Agricultura autorizou a criação da EMBRATER – Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural para substituir a ABCAR.¹⁴ A empresa teve como principais competências a elaboração de projetos que promovam no campo a difusão de conhecimentos científicos de natureza técnica, econômica e social. A sede nacional foi dividida em unidades estaduais. Surgiam, então, nesse mesmo período, as unidades da EMATER – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural, presente em cada estado brasileiro. A EMATER-MG é uma das mais antigas, surgiu em 1975 e atua junto com o governo do estado na implementação de políticas públicas no campo, com foco atual para a pecuária leiteira e a agricultura familiar, duas fortes vocações de Minas Gerais.

Os números do relatório de atividades da EMATER-MG revelam a abrangência do serviço prestado: em todo o estado, 789 municípios estão conveniados e quase 400 mil agricultores familiares receberam algum tipo de orientação técnica dos quase 6 mil funcionários técnicos/extensionistas rurais.

Esses dados reforçam o caráter político da comunicação rural no país. Uma visão que corrobora o conceito de uma transmissão de informações agrícolas de maneira unilateral. Porém, numa reflexão que extrapola os livros didáticos, podemos constatar que de certa forma, essa relação não era, necessariamente, unilateral. A cada ia ao curral, a cada caminhada pelas plantações a perder de vista ou nos canteiros no quintal de casa, o extensionista renovava os próprios saberes junto do homem do campo. E o resultado disso é que a prática cotidiana do trabalhador rural era absorvida pelo técnico e, numa provável troca de experiências, todos saíam ganhando: por um lado, as cartilhas

¹⁴ A EMBRATER foi extinta na década de 1990 e hoje a coordenação do sistema foi transferido para o Ministério do Desenvolvimento e Reforma Agrária (MDA).

informativas recebiam adendos com novas informações úteis. Por outro lado, a lida na terra era otimizada.

Se essa troca não existisse, o conteúdo das cartilhas na década de oitenta seria bem parecido com o de hoje. Ou seja, a própria informação vinda do campo ajudou na tarefa de difusão dos conhecimentos rurais. Resultado que só foi possível graças à interação do técnico com o camponês:

O melhor que se vê na área da comunicação/ciência/tecnologia/homem rural é a comunicação feita pessoalmente por extensionistas e, ou, promotores sociais, muitos dos quais, em virtude de seu trabalho, acabam se comprometendo emocionalmente com o público-alvo e conseguem resultados dignos do maior entusiasmo. (RIBEIRO, 1993, p.110)

Essa relação permitida entre técnico-agricultor foi escrita por um dos maiores jornalistas rurais do Brasil: José Hamilton Ribeiro. Curioso pensar que, esse mesmo tipo de interação não seria visto com bons olhos segundo os cânones jornalísticos, que preservam uma certa distância afetiva entre repórter e fonte.

Entretanto, a presença do jornalista no ambiente rural ainda era muito limitada na metade do século passado, apesar da comunicação rural não compreender apenas o diálogo técnico-administrativo sobre agricultura. O contexto da mídia no campo surge acompanhado da expansão das fronteiras agrícolas no país, da eletrificação rural e do sinal de televisão. (SOUZA, 2008) Os programas produzidos não tinham o perfil nem eram voltados para o morador da zona rural. Nesse aspecto, o homem do campo não tinha voz na mídia. Era apenas consumidor e repetia nas fazendas a informação que chegava até ele com muita dificuldade.

Em 1979 a TV Anhanguera, afiliada da Rede Globo na região centro-oeste, passou a veicular um telejornal com exibição regional chamado *Jornal do Campo*. Foi o primeiro informativo do país voltado para temas rurais. Chegou a ficar um período fora da grade de programação da emissora, mas voltou a ser exibido. Serviu de inspiração para o *Globo Rural*, que surgiria no ano seguinte.

Enquanto veículo de massa, a TV projeta a mensagem rural com mais eficácia. A comunicação com as comunidades rurais, portanto, deve ser, antes de mais nada, útil. No entendimento do jornalista José Hamilton Ribeiro, algumas “regrinhas” devem ser seguidas para o entendimento da mensagem destinada ao produtor rural. Hamilton

integra a equipe do Globo Rural desde 1982, é premiado e já lançou diversos livros com histórias sobre as reportagens.

A definição dessas “regrinhas” mantém a leveza e o bom humor característicos, com o qual o jornalista conduz boa parte das reportagens no campo. “Cheguei a três regrinhas que toda veiculação caipira podia seguir” (RIBEIRO, 1993, p. 112): a primeira é a “Lei da Ignorância Ecumênica”, que garante que em toda região do país a informação tecnológica desconhecida ou mal-entendida deverá ser bem-vinda. Outra é a “Lei do Brilho Pragmático”, que diz que a informação precisa, antes de qualquer coisa, ser útil. Menos forma e mais conteúdo, mais função na realidade do dia-a-dia na roça. A última é a “Lei do Passarinho na Mão”, que determina que a utilidade do conceito passado só é confirmada se for passível de aplicação. Não adianta uma informação sobre “o que fazer” que não venha com o complemento de “como fazer”. (RIBEIRO, 1993).

Apesar de não ter caráter científico nem constar em manuais de telejornalismo, a base dessas “regrinhas” criadas pelo repórter permeia as referências jornalísticas desta dissertação.

Programas de sucesso na televisão retratavam o homem do campo sob um aspecto cultural: a música sertaneja. Exemplo disso é o programa *Viola, Minha Viola* no ar há 31 anos com apresentação da cantora Inezita Barroso. É exibido pela TV Brasil com produção da TV Cultura de São Paulo. Surgia, então, a necessidade de mostrar o homem do campo em seu ambiente, sua rotina. Por isso, os primeiros telejornais que passaram a mostrar a realidade da zona rural, expor seus personagens, desafios e conquistas também foram criados na década de oitenta.

Além da Rede Globo, o rural ganhou na televisão um espaço maior, devido a relevância econômica dada, principalmente por alguns empresários. Em 1995, surge o *Canal do Boi*, o primeiro no mundo voltado para leilões de pecuária. O foco do canal são os proprietários de cabeças de gado, detentores de grandes pedaços de terra e que tenham condições de pagar caro por um touro reprodutor ou uma fêmea com boas qualidades genéticas. O *Canal do Boi* integra o SBA – Sistema Brasileiro de Agronegócio, que possui ainda outros produtos e programas de TV cuja pauta central são os assuntos do ambiente rural e o agronegócio.

A possibilidade de instalação da antena parabólica em regiões mais afastadas do centro urbano e das redes de telecomunicações fez com que muitos programas fossem criados para canais distribuídos através desse sistema. É o caso da *Agromix TV*, que

pode ser sintonizada via satélite ou nos canais de TV a Cabo em cinquenta cidades do país, a maioria delas nos estados do Paraná e São Paulo. A *Agromix TV* disponibiliza uma programação que vai de leilões de animais, passando por tendências e cotações de mercado, até programas de entretenimento. O agronegócio é a pauta principal que norteia a grade de programação. O canal é anunciado como “a voz do homem do campo”.

Presente em todos esses canais os gêneros e formatos televisivos que atraem o homem do campo pela afinidade do assunto abordado. Mas existe por trás dessa construção a presença de empresas de insumos, equipamentos agrícolas e animais, que querem vender mais e aproveitam o espaço na mídia para divulgar seus produtos.

5 APRESENTAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

Com a intenção de pavimentar a análise das reportagens e a identificação de aproximações narrativas entre ficção e jornalismo, vamos nos ater, num primeiro momento, a informações referenciais sobre o Globo Rural, compreendido enquanto programa de telejornalismo especializado¹⁵ e exibido em rede nacional na emissora de maior audiência e alcance do país.

5.1 A ESCOLHA DO GLOBO RURAL

Vimos que os telejornais têm a capacidade de inserir a audiência em espaços novos, desconhecidos e até distantes geograficamente. E que as peculiaridades regionais são exploradas nas narrativas para atrair o grande público – seja pela curiosidade ou pela novidade. A falta de segmentação da TV aberta permite que qualquer programa seja assistido por todo tipo de público. Até mesmo os que se propõem a ser especializados. É o caso do Globo Rural, que foi ao ar pela primeira vez em seis de janeiro de 1980. Na época, foi uma forma da Rede Globo conquistar uma nova fatia de mercado que passou a ter acesso aos meios de comunicação. Em pouco tempo fez sucesso.

O horário do programa, logo pela manhã, coincidia com a rotina dos produtores: acordar cedo e ir para a lavoura. As matérias abordavam problemas na safra, técnicas de plantio e colheita e também aspectos culturais, com os personagens “matutos”, as deliciosas receitas e boas histórias de vida.

Dos telejornais de TV aberta que mantêm premissas da comunicação rural, o Globo Rural é o de maior alcance e audiência. Assim como as telenovelas da mesma emissora. Por isso, o Globo Rural foi escolhido como objeto de estudo desta dissertação.

Outra justificativa para a escolha do programa tem caráter mais pessoal e refere-se ao envolvimento do pesquisador. Durante cinco anos, fui repórter da TV Integração, afiliada da Rede Globo na Zona da Mata de Minas Gerais. E realizei diversas reportagens para o Globo Rural. Foram anos de visitas ao campo, conhecendo

¹⁵Enquanto programa, MACHADO (2001, p.27) diz que trata-se de “qualquer série sintagmática que possa ser tomada como uma singularidade distintiva, com relação às outras séries sintagmáticas da televisão”.

realidades distintas das “da cidade”, conversando com produtores rurais e vendo a importância da transmissão de saberes entre os moradores de comunidades rurais.

O trabalho consistia em realizar o básico da atividade jornalística: apuração *in loco* com base nas informações coletadas previamente nas pautas, escrita do texto, revisão e edição do material que seria enviado para São Paulo, sede do programa. Um processo que, por ter uma espécie de “fórmula” pré-estabelecida, se tornou repetitivo. Somando essa característica às condições para a realização das apurações, como falta de tempo e disponibilidade de dias para estar no campo, realizar uma reportagem para o Globo Rural se tornou algo automático.

Essa experiência empírica baseada em vivências pessoais despertou uma necessidade de refletir de forma mais metódica sobre o trabalho de cobrir assuntos rurais. Em paralelo, começaram a surgir autocríticas em relação à eficácia das mensagens. Por isso, não é possível ignorar esse relato para justificar a escolha do programa e do tema de uma maneira geral. Se nas redações a necessidade de respostas é mais imediata, na academia as indagações e reflexões são acolhidas e incentivadas para geração de conhecimento.

5.2 A LINHA EDITORIAL DO GLOBO RURAL

O estudo sobre a linha editorial e o perfil do Globo Rural pode seguir por duas óticas: como um produto inserido num contexto de uma grade de programação de uma emissora de tv aberta; e como um produto jornalístico que fala sobre o homem do campo e para o homem do campo (sem deixar de abranger, contudo, um público que não necessariamente vive no ambiente rural).

O programa inicialmente era exibido uma vez na semana, apenas aos domingos e ganhou edições diárias em 2000. O Globo Rural diário tinha como foco apresentar reportagens relacionadas ao campo para um público interessado em saber das questões de mercado do agronegócio e da agricultura familiar. Os programas inéditos iam ao ar às 06h de segunda à sexta, com duração de trinta minutos. Dados de mídia divulgados pela Direção Geral de Comercialização da Rede Globo mostram que o Globo Rural diário atingia 4% da audiência do horário: 75% dos telespectadores têm mais de vinte e cinco anos; 54% do público está inserido na classe C; e as mulheres são 44% do total que assistiam ao programa.

Aos domingos, a edição começa às 08h e tem uma hora na grade de programação. A principal diferença entre os dois, além do tempo de produção, é o perfil das reportagens. A edição diária se assemelhava muito dos outros jornais de rede da emissora, com matérias de perfil econômico, com tempo mais reduzido e informações mais práticas sobre a vida no campo. A edição de domingo é considerada a mais importante, reúne uma equipe específica de repórteres e contém temas mais trabalhados, reportagens mais produzidas e longas.

Atualmente, a edição de domingo foi mantida na grade de programação e abrange um público que não necessariamente vive no campo. Mas, para não perder a linguagem específica da atividade rural, compõem a equipe um engenheiro agrônomo e um veterinário. Além disso, o telejornal tem uma cartilha de termos e condutas adotados pelos repórteres, editores e produtores das afiliadas que colaboram com reportagens.

Depois de 14 anos no ar, o Globo Rural saiu da grade de programação diária. No dia 1/12/2014, o telejornal “Hora Um da Notícia” estreou ocupando o horário disponível, com a apresentação da jornalista da Globo São Paulo, Monalisa Perrone.

5.2.1 Mudanças na grade de programação

Com uma hora de produção, das 05h às 06h da manhã, o telejornal passou a ser o primeiro da grade a dar informações mais importantes sobre os acontecimentos no Brasil e no Mundo. Em três blocos, o público vê, ao vivo, imagens do trânsito, previsão do tempo, manchetes de jornais do dia projetadas num telão interativo e as reportagens.

O conteúdo do Hora Um aproveita muito do que foi exibido em outros telejornais da emissora, principalmente os da noite anterior. A repetição passou a ser uma prática da emissora a partir desse telejornal. Um estudo feito pela Rede Globo constatou que o público que liga a TV se renova a cada 15 minutos. E quem assistiu ao Jornal da Globo do dia anterior pode estar dormindo quando o Hora Um começa. Repetir a mesma reportagem nos dois telejornais é uma forma de abranger um público que é diferente do outro. A notícia, então, passa a ser contada várias vezes.

A “reedição” das reportagens que vão ao ar no telejornal fica a cargo de muitos editores que trabalharam nas edições diárias do Globo Rural. Uma finalidade dessa “reedição” é deixar o texto mais enxuto e objetivo. Essa prática implicou em uma revisão até mesmo dos clássicos “manuais de redação” das emissoras, que antes não

recomendavam como prática habitual a exibição do mesmo conteúdo em telejornais diferentes.

Com a substituição do Globo Rural pelo Hora Um, a Rede Globo não aumenta o tempo destinado ao conteúdo jornalístico. Mas aposta em outra tática: prender o telespectador com a programação ao vivo. Entre 05h e 14h, nenhum programa gravado entra na grade, numa tentativa de competir com a audiência. Outros canais de TV aberta como a Band e o SBT também possuem telejornais matinais na grade de programação.

O Hora Um não distingue o público que é de “campo” e “cidade”, mas coloca todos no mesmo espaço midiático. O telejornal exemplifica, dentro de um contexto telejornalístico e de grade de programação, o novo desenho de uma ruralidade reestruturada a partir da incorporação de novos componentes econômicos, culturais e sociais. A linha editorial do Globo Rural fica mais evidente se analisarmos uma forma direta dos editores do programa se comunicarem e transmitirem informações para os outros profissionais envolvidos no processo de produção à edição das reportagens. Essa forma, além de conversas por telefone ou e-mail – caso haja alguma demanda específica – é feita de forma indireta por meio de um documento, apresentado a seguir.

5.3 A CARTILHA DO GRUD

Em redações de emissoras de televisão é comum ouvir a expressão “de rede”. O termo é empregado para determinar um produto que é feito em uma emissora e, posteriormente, veiculado nas afiliadas ou outras emissoras parceiras. O Globo Rural é um desses exemplos. Produzido, editado e apresentado em São Paulo, o programa é exibido em rede nacional por meio das afiliadas.

Uma das premissas de ser um jornal “de rede” é contar com o apoio de equipes espalhadas pelo Brasil para realizar pautas e reportagens. Uma diversidade de sotaques, estilos, condições técnicas de captação, edição e compartilhamento de arquivos entre outros fatores que contribuem para criar uma discrepância no material que é produzido. Numa tentativa de padronizar esse material produzido em todo país e chega na redação em São Paulo, o Globo Rural disponibiliza uma espécie de glossário com termos e orientações a serem seguidas pelos repórteres e cinegrafistas.

Essa cartilha é enviada para as redações das afiliadas e repassadas para os repórteres escalados para cobrir uma pauta rural. Uma das cartilhas, datada de 2012 foi enviada por editores do *Globo Rural* para a redação da TV Integração, emissora afiliada

da Rede Globo com sede em Juiz de Fora, na Zona da Mata de Minas Gerais. A emissora cobre uma área com mais de 100 municípios, muitos deles tem como fonte principal de renda as atividades agropecuárias. A cartilha, chamada de “ABC do GRUD¹⁶” começou a ser compartilhada a partir de 1994. Não é uma publicação oficial da Rede Globo. Trata-se de um documento, escrito pela equipe de jornalistas do Globo Rural para orientar a equipe das afiliadas a imprimir nas reportagens o chamado “jeitão do programa” (ABC DO GRUD, 2012).

A cartilha não fala sobre como o repórter deve começar ou terminar um texto. Se atém mais às informações técnicas de execução da reportagem, quase como um manual básico de telejornalismo. As escolhas narrativas ficam a cargo do repórter que tem – ou não – o aval do editor de texto, sediado em São Paulo.

Logo na apresentação, a Cartilha aponta dois desafios para o repórter: abandonar o texto cômodo para reportagens rurais, chamado de “Globoruralês” (derivação do “Telejornalês”, outro termo, com aplicação semelhante, recheado de clichês típicos do texto para televisão) e investir em perguntas melhores que exijam repostas mais elaboradas por parte do entrevistado. O que é pertinente à pesquisa é a forma como a cartilha orienta o tratamento com as fontes.

Chamamos os nossos personagens de senhor, senhora, doutor (quando for efetivamente o caso, isto é, quando ele tiver curso de doutorado) e assim por diante. A palavra “você” não faz parte do nosso vocabulário nas entrevistas. No off, preferimos nos referir ao personagem l” (citando nome e sobrenome) ou como o seu Roberto, seu João ... (quando queremos dar um tom mais coloquial). Se o produtor é jovem e fica estranho chamá-lo de senhor ou “seu”, então colocamos o produtor fulano de tal... Também pouco respeitoso o uso do adjetivo “este” para identificar pessoas. Em vez de dizer “este agricultor”, vamos dizer “o agricultor Luiz Caldas”, ou então “o seu Luiz”, quando quisermos dar um tom mais coloquial. (ABC DO GRUD, 2012)

O documento alerta ainda para o tipo de pauta que se enquadra ou não no perfil de programa, além de orientar em relação aos equipamentos e à qualidade estética do material, visto que, como mencionamos, é um jornal “de rede” que vai ser visto por milhares de pessoas. A cartilha avança nas orientações até entrar especificamente na condução da reportagem em si. Os repórteres são lembrados de sempre gravar o “teaser” – pequena chamada da reportagem que vai ser exibida na escalada do jornal.

¹⁶ A sigla significa “Globo Rural Diário” e é usada nas redações para simplificar o nome do programa e facilitar a comunicação entre os jornalistas envolvidos no processo de produção, reportagem e edição do jornal.

O repórter é sempre convidado a “exercitar sua criatividade, mas não pode esquecer de colocar os ingredientes básicos”. Em relação aos cenários das entrevistas, a orientação é que o repórter planeje um roteiro para gravar as entrevistas nos locais adequados.

Exemplo: uma pauta sobre os preparativos para o plantio. O agricultor deve falar sobre os insumos que comprou no armazém onde guarda esses produtos. Lá no campo, ele deve ser entrevistado sobre a preparação da terra, a área em que vai plantar (se aumenta ou diminui em relação ao último plantio), quando começa sementeira etc. Às vezes, recebemos entrevistas em que o agricultor fala sobre tudo isso num cenário apenas. (ABC DO GRUD, 2012)

A forma de construção da reportagem merece boa parte do espaço da cartilha. Em pautas descontraídas, o repórter é indicado a permanecer no quadro, ou seja, para ser filmado junto com o personagem. Nas típicas receitas, o convite é para que o repórter experimente a fruta ou prato em questão. E sempre, em todos os casos, valorizar o som ambiente: “os sons do campo! Os autênticos, claro, gravados na hora da reportagem” (ABC DO GRUD, 2012).

A construção dos personagens merece um destaque na lista de normas editoriais. Segundo a cartilha, os entrevistados “tem que estar ‘linkados’ com o eixo da matéria. Se a pauta é quebra de safra, temos que ir ao produtor que teve perdas. Temos que dar aos personagens os pesos que eles tem dentro da realidade que estamos procurando retratar” (ABC DO GRUD, 2012). E ainda complementa, falando sobre as responsabilidades da emissora com o material gravado: “devemos respeitar a vontade do personagem, quando ele pede para não colocar no ar uma entrevista já gravada. Da mesma forma, a recíproca também se aplica” (ABC DO GRUD, 2012).

Por fim, a cartilha contém informações úteis para a escrita do texto, como as formas de converter medidas utilizadas no campo como safra, arroba, hectare e as informações pertinentes às formas de participação do repórter de uma emissora afiliada em um programa de exibição nacional.

Em uma busca no site do Globo Rural, é possível encontrar uma versão online do “ABC do Globo Rural”. Porém, o conteúdo disponibilizado é direcionado para o público em geral. E por isso, contém apenas informações relacionadas aos nomes científicos de frutas, legumes e verduras, configurando uma espécie de glossário com informações relevantes para qualquer pessoa interessada.

5.4 ABERTURA E CENÁRIOS DO GLOBO RURAL

A abertura é um padrão em todas as edições. É ela que anuncia para o telespectador qual o próximo produto a ser exibido na grade de programação. No caso do Globo Rural, começa com imagens gerais, planos abertos de cenários tipicamente relacionados ao campo, e logo surge a vinheta do jornal. A trilha sonora é uma das marcas do jornal: o primeiro som marcante é de um berrante, instrumento usado por boiadeiros para aproximar o rebanho. O som grave é mesclado a uma moda de viola suave, de tom mais agudo.

Depois de aproximadamente 10'', a vinheta de abertura é “quebrada” ao meio pela escalada. É o momento em que o conteúdo da edição é apresentado. Cinco repórteres aparecem em sequência, fazendo uma breve introdução dos temas das reportagens, com frases curtas e objetivas.

Depois disso, a vinheta de abertura é exibida. A trilha sonora, que na escalada estava em BG, aumenta o volume e vemos, na imagem, grandes listras verdes preenchendo paisagens rurais. Essas listras formam a segunda letra “R” da palavra rural, na identidade visual do jornal. Diferentemente dos outros telejornais da mesma emissora, em que a ficha técnica aparece apenas no encerramento, a equipe do Globo Rural é apresentada já na abertura, nas seguintes funções: editor-chefe, chefe de redação, chefe de reportagem, editores, produtora, arte, assistente de produção, secretária e consultores. Depois que os apresentadores se despedem do telespectador, outra ficha técnica surge na tela, com funções mais detalhadas da equipe e profissionais



da emissora.

Figura 7: Frame da abertura, com ficha técnica sobre imagens do campo com trabalhadores ou paisagens do interior



Figura 8: Identidade visual do Globo Rural, atualizada para ficar de acordo com a mudança do “globo” estilizado que identifica a própria emissora.

Depois da abertura, vemos num plano aberto o cenário do programa. A bancada é branca com linhas curvas iluminadas por um azul claro. O fundo é todo feito em croma key. Temos, à esquerda do vídeo, um totem cercado do que aparentam ser folhas grandes. Ao fundo, uma serra recortada pela luz do amanhecer do sol. E silhuetas de pássaros passam voando. À direita do vídeo, uma estrutura similar a de uma cascata. Os dois apresentadores estão sentados sob a bancada. Os dois apresentadores fixos são Nelson Araújo, à esquerda do vídeo e Helen Martins, sentada à direita. Essa mesma disposição de apresentadores no vídeo é mantida em todos os telejornais da emissora.

O cenário possui algumas variações que são utilizadas em todas as edições durante os blocos de conteúdo jornalístico. Veja nas figuras a seguir as três variações de cenários mais utilizadas no programa. Essas variações serão citadas ao longo da análise das edições apenas pelos números encontrados nas legendas, para facilitar a leitura e evitar repetições.



Figura 9: variação 1 do cenário, usada sempre depois da abertura, no início de cada edição.



Figura 10: variação 2 do cenário, com apresentadores de pé ao lado do telão interativo. Enquadramento usado para chamar reportagens e ler os cartazes de festas e eventos rurais.



Figura 11: variação 3 do cenário, apresentadores sentados em poltronas. Usado para chamar reportagens especiais e encerrar as edições.

Tanto a abertura quando os cenários são elementos constantes em todas as edições, não apenas nas que tiveram as reportagens analisadas. Os fatores variáveis como conteúdo e a quantidade de reportagens, a construção do texto por parte dos repórteres e a presença do homem do campo enquanto personagem serão apontados no capítulo a seguir.

6 ANÁLISE DAS EDIÇÕES

Chegamos agora ao capítulo dedicado ao estudo das edições do Globo Rural. Para tornar a compreensão mais completa, é pertinente apresentar os rumos metodológicos adotados na pesquisa.

6.1 METODOLOGIA

Para contemplar o objetivo proposto pela pesquisa e investigar as aproximações entre as narrativas ficcionais e jornalísticas na construção do homem do campo enquanto personagem das reportagens do Globo Rural, adotamos como método a Análise de Conteúdo, cujas definições foram abordadas por BARDIN (2000) e FONSECA JÚNIOR (2005). A escolha é adequada ao tema da pesquisa porque permite estudar fenômenos simbólicos por meio de uma descrição objetiva, sistemática dos conteúdos presentes na comunicação entre o emissor e o receptor da mensagem.

As aplicações da análise de conteúdo, segundo BARDIN (2000) foram predominantes nos estudos da comunicação ao quantificar mensagens e servir de comprovação de alguma suspeita considerada anteriormente pelo pesquisador. FONSECA JÚNIOR (2005) explica que a análise de conteúdo pode valorizar tanto o aspecto quantitativo, como a quantidade de reportagens que foram exibidas, quanto o qualitativo, que versaria sobre o tema de cada uma das reportagens. Essa condição contemplaria a necessidade de medidas numéricas para comprovar suspeitas e a possibilidade de inferências, entendidas como a dedução lógica válida e aplicável ao contexto pesquisado.

BARDIN (2000) divide a análise de conteúdo em três partes: a pré-análise do objeto, que engloba a delimitação dos parâmetros de estudo; a exploração do material e o tratamento dos resultados, somados às inferências e interpretações. Na primeira fase, definimos como recorte de amostragem três edições do Globo Rural, de meses diferentes: 08 de novembro de 2015, 20 de dezembro de 2015 e 30 de janeiro de 2016.

A opção por meses diferentes se justifica porque ilustra a manutenção de uma linha editorial ao longo das edições. Além disso, permite abranger uma diversidade de assuntos que contribuem para identificar elementos similares usados por diferentes repórteres na construção dos personagens nas reportagens. Quando se trata de produção

no campo, já é difundido entre produtores rurais – e também por quem cobre assuntos relacionados – que alimentos têm períodos de plantio e colheita em épocas e regiões diferentes do Brasil. Portanto, as alterações de safra, clima, de geografia implicam em programas com assuntos variados e com participações de repórteres das afiliadas de todo país.

Nos três meses que contém os programas analisados, foram ao ar 14 edições do Globo Rural. Para permitir uma análise mais ampla e enriquecedora, o critério de escolha das edições seguiu a seguinte linha, dentro de cada mês: em novembro, o primeiro programa do mês. Em dezembro, o programa da segunda semana. E em janeiro, o programa do último domingo. O que FONSECA JÚNIOR (2005) definiu como “amostragem não probabilísticas de semanas compostas” porque “escolhe-se, no calendário, a semana que servirá como referência inicial e, dentro dessa semana, o dia em que se deseja começar a análise” (FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 293). Na semana seguinte (no caso do trabalho, no mês seguinte), foram escolhidas outras datas.

Traçamos como objetivo geral desta dissertação a investigação de como a construção das reportagens jornalísticas incorporam elementos presentes na ficção para apresentar para o telespectador o morador da zona rural enquanto personagem, preservando suas peculiaridades e as transpondo para um espaço midiático onde estão presentes outras representações sociais da cultura brasileira.

Com base nesse objetivo geral e nas leituras dos capítulos anteriores, formulamos as hipóteses de que o homem do campo está presente nas reportagens de três formas: como o “protagonista” da narrativa jornalística, ao viver situações apresentadas pelo repórter ao longo da reportagem; como o “herói” que passou por uma dificuldade e superou para ter o final feliz; e como “coadjuvante”, preenchendo e personificando a reportagem cujos temas se referem a características regionais que o repórter, no distanciamento exigido pela profissão, não seria capaz de recriar na narrativa com a mesma fidelidade.

A figura do homem do campo é transformada em personagem nas reportagens como recurso para auxiliar o repórter ou editor porque facilita a condução do texto e permite aplicações úteis para o jornalismo:

- criar laços de identificação do personagem retratado com outros produtores rurais, preceitos da comunicação rural;
- enriquecer a narrativa para manter o telespectador geral (o que não mora nem trabalha no campo) atraído pelas reportagens.

Contudo, não trabalharemos a postura do entrevistado como sendo passiva, de alguém que só falou enquanto o microfone esteve direcionado para ele. Primeiro, porque pressupomos a existência de um processo de edição, onde trechos da entrevista foram cortados para dar fluidez à narrativa e encaixar o conteúdo no tempo proposto. Segundo porque o fato de ser um telejornal de rede, como aponta COUTINHO (2012), implica em responsabilidades tanto para a equipe do jornal quanto para as pessoas que dão entrevista. É como se eles recebessem “uma espécie de marca de relevância, ou simplesmente, os entrevistados seriam investidos do ‘poder de fala’, com o reconhecimento de um tipo de autoridade midiática ou televisiva, ainda que apenas expressa em poucos segundos” (COUTINHO, 2012, p. 147).

Dentro da amostra selecionada, definimos ainda *o corpus* da pesquisa. Vamos concentrar a análise apenas nas reportagens que contenham entrevistas de moradores de comunidades interioranas, tratados na narrativa jornalística enquanto personagens dentro da conceituação teórica abordada em capítulos anteriores. Mesmo assim, reconhecemos que a construção dos personagens não é sustentada apenas pelas entrevistas. E é, também, reflexo da linha editorial adotada pelo programa, já que as reportagens não são exibidas isoladamente.

A segunda fase da análise de conteúdo, segundo BARDIN (2000), corresponde à exploração do material definido. A técnica utilizada será a análise estrutural porque:

Parte do pressuposto de que todo texto é uma realidade estruturada, que não se revela pelo conteúdo manifesto, pois encontra-se implícita. A estrutura é entendida como uma realidade oculta no funcionamento da mensagem a ser desvendada pelo analista. (FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 302)

Na terceira etapa estipulada por BARDIN (2000), as categorias estabelecidas a seguir são expostas para permitir inferências e interpretações por parte do pesquisador. As três etapas serão reveladas durante a análise de maneira sequenciada. Ou seja, cada reportagem será analisada por ordem em que foi exibida dentro da edição. A narrativa geral será apresentada ao leitor e, em seguida, as etapas de exposição e exploração das categorias serão contempladas. Essa opção tem o objetivo de facilitar a leitura por ser feita de forma direta, sem a subdivisão dos pontos de análise.

6.1.1 Categorias de análise

A definição do *corpus* se revela muito abrangente, considerando as inúmeras possibilidades para analisar uma reportagem de televisão. A criação de categorias facilita a compreensão dos dados porque tem a intenção de padronizar o olhar sobre determinado ponto específico da reportagem. FONSECA JÚNIOR (2005) defende que, se a quantidade de material analisado for muito grande, a preferência é pela adoção de categorias quantitativas. Porém, ganha-se em abrangência, mas perde-se em profundidade. Por isso, vamos estabelecer categorias que também contemplem análises qualitativas sobre o assunto.

Ao todo, serão 5 categorias de análise. Três delas são quantitativas:

- quantas reportagens contendo personagens rurais foram ao ar em cada uma das três edições. É a categoria mais abrangente, que vai nortear as seguintes, que vão investigar a presença do homem do campo no Globo Rural;
- quantos personagens foram inseridos em cada reportagem da edição. É uma forma de entendermos a construção da narrativa por parte do repórter;
- quantos segundos de fala cada personagem rural teve nas reportagens.

Em relação às categorias qualitativas, elencamos duas:

- o contexto de inserção do personagem (o cenário da entrevista, onde ele vive e como o enquadramento feito pela câmera influenciou na construção do personagem)
- o uso de elementos narrativos.

Dito isto, vamos à análise das edições.

6.2 EDIÇÃO DE 08 DE NOVEMBRO DE 2015

A edição do Globo Rural que foi ao ar no domingo dia 08 de novembro de 2015 teve 44'40'' de material produzido em quatro blocos, descontando os intervalos. Foram 9 reportagens, sendo que três tratavam do mesmo assunto e foram veiculadas agrupadas. Das nove reportagens, 5 tiveram entrevistas com trabalhadores do campo.

O apresentador Nelson Araújo abre a edição com um breve editorial sobre a reportagem principal daquela edição: a integração entre lavoura, pecuária e floresta. Em seguida, Helen Martins lê a cabeça da primeira reportagem, que ela mesma fez. E mostra o e-mail de um produtor rural que sugeriu a pauta, cujo tema é a Palmeira Guariroba.

Nesta reportagem, apenas uma fonte é apresentada: uma extensionista da Emater, que explica as técnicas de manuseio da Guariroba. O conteúdo reforça uma das premissas da Comunicação Rural adotadas pelo programa: a de levar o saber técnico para o homem do campo. Essa reportagem teve 4'40'' de duração.

A próxima reportagem apresenta outra sugestão de pauta enviada por um produtor rural. Dessa vez, o tema é o plantio de alface. E o repórter é o próprio apresentador Nelson Araújo, o que demonstra ser uma prática comum a ida de apresentadores para a rua realizar reportagens. O produtor que sugeriu a reportagem não aparece no VT, mas é citado nominalmente. Nessa reportagem, apenas um agrônomo tem voz, para explicar dicas para um bom ciclo de plantio da verdura. Toda a reportagem teve um tom bem didático, explicativo e direto. O tempo total foi de 1'53''.

A sequência do primeiro bloco mostra mais cartas na mão da apresentadora Helen Martins. São os comentários de telespectadores a respeito de uma série de reportagens exibidas no mês de outubro. Uma das cartas, novamente, suscita uma reportagem.

A comunicação por meio de cartas entre o veículo de mídia e o telespectador existe desde a estreia do Globo Rural, na década de 1980. E configura um “espaço aberto para o pequeno agricultor ou pecuarista expor seus problemas e receber pareceres de especialistas, geralmente vinculados aos Institutos de pesquisa de Universidades com grau de excelência de pesquisa” (GONÇALVES, 2005, p.11 apud FERNANDES; BELCAVELLO, 2009, p. 7).

A reportagem é sobre o maior telescópio do Brasil, que fica em Brazópolis, Minas Gerais. Ele fica na serra da Mantiqueira, cenário da série de reportagens, e é usado por astrônomos para observar os astros. Dois pesquisadores deram entrevista e não teve passagem do repórter. O texto em OFF foi gravado pela própria apresentadora. Esse VT teve duração de 54''.

Quando o VT termina e volta para o estúdio, os dois apresentadores estão de pé, com um telão entre eles. Esse espaço é uma continuidade do cenário do programa, usado para chamar reportagens especiais ou exibir cartazes de festas e exposições rurais ou capas de livros técnicos. A leitura do texto é alternada e todas as informações tem duração de 1'25''. Com isso, o programa encerra o primeiro bloco, sem exibir nenhuma reportagem que tivesse a presença do homem do campo. A participação foi limitada às cartas com sugestões de pauta.

No segundo bloco, a câmera continua enquadrando os apresentadores no mesmo cenário da passagem de bloco. A cabeça da reportagem lida por Helen Martins anuncia o tema: o prejuízo nas lavouras de milho e batata em Santa Catarina por causa do excesso de chuva.

A narrativa da repórter Marina Dalcastagne, da RBS TV, segue a lógica de apresentar para o telespectador o local onde a reportagem foi feita e, em seguida, inserir ali o primeiro personagem: o agricultor chamado no OFF de “Seu Flávio”. Na entrevista, com 11” de duração, ele relata a dificuldade em colher o trigo e admite perda na lavoura.

O OFF seguinte justifica o sofrimento vivido pelo “Seu Flávio”. A repórter explica que a chuva prejudicou a safra do trigo e que a expectativa geral é de reduzir a colheita quase pela metade. A sequência apresenta o segundo personagem da matéria: um produtor rural que também teve prejuízo, só que com a plantação de cebola.



Figura 12: “Seu Flávio” usa chapéu, camisa desgastada e está inserido no cenário de uma lavoura seca.



Figura 13: “Seu Sálvio” está de boné, enquadrado à direita no vídeo para mostrar a ação que acontece atrás do personagem no momento da entrevista

O “Seu Sálvio” também é usado como personagem para ilustrar um cenário negativo vivido por muitos produtores. Entre o OFF e a sonora do personagem foi inserida a passagem da repórter, que mostra como as cebolas estão ruins. A sonora do personagem, com 08”, confirma que a cebola mostrada na passagem não tem valor de mercado, o que gera mais prejuízo ainda. O VT termina com a sonora de um agrônomo que confirma, sob aspectos técnicos, a safra ruim.

Nelson Araújo anuncia a próxima reportagem, com um tema bem diferente da anterior: a seca que atrapalha o crescimento do caju no Ceará. A opção narrativa segue por um caminho diferente da anterior. A repórter Wâniffer Monteiro, da TV Verdes Mares, apresenta primeiro o personagem e depois o local onde ele mantém os pés de caju. Só depois, ela explicita o conflito da história: as perdas da safra deste ano, que chegaram a 70%. A sonora do “Seu Evilásio” tem 10” e é usada para dar ainda mais drama à situação, pois o produtor compara o cenário atual com dias melhores vividos no passado. Entretanto, a participação do personagem termina logo depois da sonora, sem a conclusão para a situação vivida pelo produtor. Isso dá a sensação de que a história ainda está em desenvolvimento, ou seja, não chegou a um “final feliz”.



Figura 14: a entrevista do “Seu Evilásio” é usada para reforçar o momento ruim narrado pela repórter

Imediatamente após a fala do primeiro personagem, somos apresentados a outro produtor. O texto segue invertendo um pouco a fórmula anterior: o OFF diz o nome do personagem, depois o local onde ele mora e o problema vivido por ele, mais grave que o do primeiro. Porém, “Seu Almir” tem uma pequena participação, com apenas 5” de entrevista.

Ao intensificar a gravidade do problema do primeiro para o segundo personagem, a repórter cria uma tensão na história que culmina na passagem. É o momento em que ela apresenta dados sobre a gravidade da situação no Ceará. O restante da reportagem se dedica a explicar, de forma técnica, o motivos da pouca produção de

caju nos cajueiros. Um agrônomo é usado como fonte e encerra o VT, semelhante ao modelo adotado na reportagem anterior.



Figura15: “Seu Almit” tem fala mais simples, confere drama à narrativa e também não tem o final revelado, dando a entender que a situação ainda não foi superada.

No estúdio, Nelson Araújo comenta a reportagem e em seguida, os apresentadores informam a cotação do café, o preço da arroba do “boi gordo” e anunciam um giro de notícias, com foco no aspecto econômico, como dados da balança comercial e preços de produtos. Três repórteres participam com frases curtas, semelhantes a uma Escalada. O efeito de transição, inclusive, é o mesmo. Esse perfil de reportagem foi incorporado das extintas edições diárias do Globo Rural.

Depois de 3’, a terceira reportagem do bloco fala sobre a vacinação contra febre aftosa. O perfil da pauta é mais de prestação de serviço. Só que a repórter Priscila Bitencourt, da TV Sergipe, usa uma estratégia narrativa interessante. Ao invés de ser direta e falar sobre a importância de vacinar o gado, ela cria uma história com base no personagem para introduzir o assunto: “Novembro mal começou e o criador Gustavo Barreto não perdeu tempo. Está vacinando metade das 140 cabeças de gado que cria na propriedade de 70 hectares em Japarutuba, leste de Sergipe”. A sonora de 11’’ do produtor explica a opção de cuidar dos animais com antecedência. Em seguida, a passagem da repórter explica que a segunda fase da campanha ainda não começou. Depois disso, podemos entender que o personagem Gustavo foi usado para ilustrar um bom exemplo, deixando o conteúdo da matéria com um tom mais positivo.

Outra característica que diferencia essa das outras reportagens é que, mesmo sendo feita por uma afiliada regional, o texto contempla informações relevantes nacionalmente, como o fato de a campanha valer em todo o território nacional, menos em Santa Catarina. Uma fonte técnica explica os benefícios de vacinar o gado numa sonora de 20’’. Mais uma vez, a narrativa jornalística termina com a sonora de uma fonte oficial.



Figura 16: Gustavo é o único personagem da reportagem, e teve mais de uma inserção durante o VT.

Depois de exibirem mais uma rodada de cartazes de eventos rurais pelo país, os apresentadores chamam o intervalo. No terceiro bloco, o cenário usado durante todo o bloco anterior é alterado. Agora, os apresentadores estão sentados, mas não atrás da bancada. São duas poltronas posicionadas num platô, à frente de uma estrutura que se assemelha a raízes. O texto apresenta a reportagem principal daquela edição: a integração lavoura, pecuária e floresta para um uso mais sustentável do solo. A construção narrativa acrescenta o próprio repórter como figura envolvida no assunto retratado. Nelson Araújo explica que, há 30 anos, o repórter José Hamilton Ribeiro começou a divulgar essa prática e agora voltou ao cerrado brasileiro para conferir os resultados.

O assunto é tratado em uma grande reportagem especial, com participação de três repórteres, sendo que o principal deles é o José Hamilton Ribeiro, que ocupa 12'08" da edição. O VT começa com uma trilha de moda de viola com imagens do rebanho pastando entre árvores. É uma introdução ao assunto, com poucas imagens e nenhum texto. O OFF 1 do repórter segue um caminho narrativo padrão observado até agora no programa: a localização de onde a reportagem foi feita. No caso, é em Ipameri, interior de Goiás. As falas do repórter são pausadas para que a trilha sonora tenha momentos de destaque. O texto diz que a fazenda mostrada nas imagens é uma referência e que a reportagem vai explicar o motivo. BORDENAVE (1983, p. 67) justifica o uso das imagens aliadas ao texto ou recursos sonoros como causas do sucesso da transmissão de informações técnicas para o homem do campo por dois motivos: “Uma delas é eminentemente oral e outra o fato de que as imagens atraem e mantêm a atenção de maneira poderosa”.

Dessa vez, ao invés de iniciar a reportagem com a fala de um produtor rural, quem tem voz é um agrônomo, chamado “João K”. A história dele é apresentada de

maneira didática para o telespectador, bem como a origem do sobrenome. É uma forma de explicar porque a reportagem escolheu essa fonte oficial para embasar o texto e o que credencia o especialista dar entrevista.

A passagem do repórter explica que a mesma fonte é solicitada pelo Globo Rural há trinta anos para falar sobre o tema. E exibe imagens de arquivo de edições de 1984 e 1991. A conversa entre os dois segue, utilizando termos específicos da atividade. A trilha sonora ganha destaque novamente, sem a fala do repórter. O recurso narrativo foi usado para apresentar uma fazenda em outra cidade. Nessa fazenda, vive o Robert. Ele é agricultor e, durante 35'' de entrevista, conta como fez para transformar o lugar numa área produtiva. Depois de um OFF do repórter, o personagem volta com mais 19'' de sonora, sobre as vantagens de ter feito as mudanças na fazenda.

Uma outra fonte técnica é apresentada. O técnico em agronomia mostra o solo degradado e, em seguida, temos mais dois momentos com trilha sonora sem fala do repórter. Em ambos os casos, é um indicativo para mudança de ambiente na reportagem. O texto volta a mencionar a primeira fazenda mostrada no VT e, depois, apresenta mais uma propriedade, onde vive e trabalha Marize. A agricultora tem um espaço de fala de 51'', e compara os custos de produção em um solo bom e um solo ruim. Outra fonte técnica é entrevistada antes do fim da reportagem.



Figura17: Robert é um grande produtor rural, aparenta ter mais renda e escolaridade, representando o rural moderno, que investe em tecnologia.



Figura18: Marize é a primeira mulher entrevistada enquanto produtora rural. O cenário da entrevista é uma floresta de eucalipto, que condiz com o tema da reportagem.

O próprio repórter anuncia o fim da reportagem e a continuidade depois do intervalo. E antecipa: “no próximo bloco, integração lavoura, pecuária e floresta como trunfo para uma agricultura sustentável. E um exemplo de quem está conseguindo produzir em terras de areia com o sistema de integração”. Essa construção narrativa confere à reportagem uma característica seriada, ou seja, de continuidade do tema. A próxima reportagem pode ser encarada como um “próximo capítulo”. Esse recurso de divisão do mesmo assunto em mais de um produto é uma prática muito usual no campo das produções ficcionais.

Depois do intervalo, os apresentadores no estúdio leem a cabeça da continuação da reportagem. O VT começa como o anterior, com trilha sonora e imagens do rebanho. No OFF, José Hamilton reforça a importância da integração lavoura, pecuária e floresta para desenvolver o Brasil, retomando os conceitos abordados na outra reportagem. Para ilustrar o assunto, ele chama uma outra reportagem, feita por Cesar Dassie, que também é um dos editores do Globo Rural.

Mesmo considerando essa outra reportagem inserida como parte do conteúdo especial, vamos tratá-la de forma separada, para efeitos de análise. Isso porque temos um outro repórter, em um outro cenário e uma derivação da abordagem central. A construção narrativa optou por mostrar o solo degradado e o desperdício de áreas de pastagem com a fala de um agrônomo para depois, mostrar como o personagem agricultor superou este problema. Pedro é o agricultor que mudou a forma de utilizar a terra e hoje consegue lucrar mais. A fala dele tem 19”, sempre num tom otimista.

Um superintendente do Banco do Brasil fala sobre as formas de crédito e, em seguida, mais um personagem é apresentado. “Seu Carlos” é pecuarista e, durante 7”, também reforça o exemplo positivo. Por fim, mais uma fonte técnica é ouvida.



Figura19: Personagem Pedro, da 5ª reportagem, é jovem e a história dele é usada como bom exemplo a ser seguido.



Figura 20: “Seu Carlos” assume a presença da câmera e faz um sinal de positivo olhando direto para a lente, como se considerasse a presença de mais um interlocutor na cena, além do repórter enquadrado na sonora.

Então, depois de um sobe som, um efeito de transição volta para a reportagem principal, com o OFF de José Hamilton. Uma das passagens chama a atenção porque o repórter fala o texto montado em um cavalo, um costume para o morador da zona rural que o repórter incorporou, por estar inserido nesse ambiente.



Figura 21: José Hamilton Ribeiro grava passagem montado à cavalo. Hábito rural incorporado pelo repórter, aliado ao cenário condizente com o tema da matéria torna o enquadramento orgânico e adequado.

A passagem tem a função de chamar mais uma repórter, Carol Fazzio, da TV Centro América. A reportagem dela fala de uma instituição especializada em pesquisar benefícios da integração na propriedade rural. Por isso, em 2’48’’ de VT, quatro pessoas deram entrevista. 3 agrônomos e o presidente da Embrapa de Sinop, cidade no Mato Grosso. Nenhum produtor rural foi incluído no texto como personagem.

No último minuto da reportagem, outro efeito de transição permite José Hamilton encerrar o VT com um OFF, uma fala do primeiro técnico entrevistado e uma trilha sonora com imagens do rebanho. Todo o conteúdo do quatro bloco do Globo Rural teve duração de 10’25’’. Quando volta para o estúdio, Helen Martins informa que

o tema está presente também na versão impressa do Globo Rural. A revista, pertencente à editora Globo, é uma derivação do conteúdo trabalhado na edição do programa na TV.

Aproveitando o mesmo enquadramento de câmera da variação de cenário 3, (conforme mostrado na figura 11) os apresentadores se despedem e encerram a edição do Globo Rural com o texto: “bom dia e até domingo que vem”.

Para uma análise quantitativa referente a inserção de personagens rurais nos VT's, consideramos na tabela abaixo apenas as reportagens que tiveram a participação em vídeo de personagens rurais, ou seja, de produtores, agricultores e criadores de gado. Na edição do dia 08 de novembro de 2015 do Globo Rural, metade das pessoas ouvidas mora e/ou trabalha no campo. A outra metade é composta por técnicos agrônomos ou fontes oficiais aptas a dar informações referenciais para o texto do repórter e para o tema da reportagem em si.

GLOBO RURAL EDIÇÃO – 08/11/2015		
<i>REPORTAGENS</i>	<i>ENTREVISTADOS</i>	<i>PERSONAGENS RURAIS</i>
REPORTAGEM 1: Prejuízos plantação excesso chuva	3	2
REPORTAGEM 2: Prejuízos produção de caju na seca	4	2
REPORTAGEM 3: Vacinação contra febre aftosa	2	1
REPORTAGEM 4: Especial sobre integração lavoura, pecuária, floresta	5	2
REPORTAGEM 5 (parte do material especial): o uso dos solos	4	2
TOTAL	18	9

TABELA 1: quantitativo de entrevistados e personagens rurais da edição de novembro

Os 9 personagens rurais têm, somados, 3' de fala durante toda a edição analisada. A menor entrevista teve 5'' de duração e a mais longa se esticou por 51''. Porém, nesse tempo, a entrevistada não ficou em evidência durante todo o tempo. A fala dela era coberta por imagens ilustrativas.

6.3 EDIÇÃO DE 20 DE DEZEMBRO DE 2015

A penúltima edição do Globo Rural de 2015 teve duração de 30,29'', divididos em três blocos. A escalada contou com a participação de três repórteres, sendo dois de emissoras afiliadas e uma repórter fixa do programa. Foram veiculadas três reportagens, sendo que uma estava dividida em duas partes. Em todas elas, havia a presença de, pelo menos, um personagem rural. O apresentador Nelson Araújo abre a fala com um editorial contextualizando o tema da reportagem especial daquela edição, o Carimbó, dança típica do Pará. Em seguida, Helen Martins chama a primeira matéria. O tema é a dengue na zona rural. Mesmo essa sendo uma pauta comum nos outros telejornais da emissora, a linha editorial do Globo Rural optou por uma matéria semelhante, adaptando a angulação da pauta para tratar especificamente dos cuidados e formas de combate aos focos do mosquito nas propriedades. Durante 1'39'', a repórter da TV Tem, Graciela Andrade, mostra que os agentes de saúde do interior de São Paulo encontram focos do mosquito que transmite a dengue.

A primeira frase da narrativa situa para o telespectador o lugar onde a reportagem foi feita. A preferência por um tempo verbal no pretérito perfeito para descrever o trabalho dos agentes confere ação à cena registrada pela câmera. Como no caso do trecho retirado do OFF 1: “os agentes de saúde encontraram vários potes e vasilhas com água acumulada”. Em seguida, ao invés de uma entrevista direta, o agente é filmado orientando o produtor rural. É como se a equipe estivesse acompanhando uma conversa. É o único momento em que temos a entrevista de uma pessoa que não é moradora da zona rural. Uma possível análise para essa escolha é que foi dada uma preferência para o relato dos próprios moradores que cuidam das casas e limpam os focos. Nesse caso, a transmissão da informação “técnica” (como limpar os criadouros do mosquito) foi repassada usando menos a fonte especialista e mais os personagens.

Ao colocar o personagem em ação, a repórter usa a realidade dele como exemplo para os outros que estiverem assistindo a reportagem. A identificação que um morador da zona rural cria com outro é maior do que com um agente de saúde vindo “da cidade”. FIELD (1982, p. 30) diz que “personagem é um ponto de vista – é maneira de olharmos o mundo. É um contexto”. E se um jornalista, ao elaborar o roteiro para construir a reportagem, consegue escolher um ponto de vista convergente com o das próprias figuras retratadas, existe um fator de reconhecimento.

O funcionário da fazenda, numa entrevista de 11”, diz que na propriedade é muito difícil limpar tudo. A moradora, apresentada como “Dona Maria Angelina” mora com mais 7 pessoas em outro terreno. A informação de que eles já tiveram dengue foi lida com entonação de surpresa pela repórter. Lá também foram encontrados focos e a personagem admite, numa sonora de 4”, que deu uma “descuidadinha”.

A reportagem termina num enorme seringal, ambientado no OFF e na passagem da repórter. Os focos encontrados lá são justificados por um personagem que diz, em 8”, ser culpa do vento que virou os potes. E complementa dizendo: “mas pode ver que tem muitos ali que tá virado pra baixo. E é assim que a gente vai fazendo”. A conversa continua com a pergunta da repórter: “tem que ficar de olho, não tem jeito, né?”. E a resposta: “com certeza, sempre.”

Essa conversa entre repórter e personagem foi mantida no VT e dá um tom de informalidade ao tema e indica para o telespectador de maneira muito explícita o papel dele como observador daquele diálogo. A fala do personagem dizendo que é preciso ter cuidado é a “lição de moral” presente nas fábulas e contos da ficção. “Sempre que o jornalista for escrever para a TV, ele deve lembrar que está contando uma história para alguém, como se estivesse conversando com esta pessoa”. (PATERNOSTRO,1999, p.78). A conversa é uma opção textual que aproxima tanto a repórter e o personagem e, ao mesmo tempo, o conteúdo abordado na reportagem como um todo e o público.



Figura22: funcionário da fazenda, enquadrado em primeiro plano na frente de uma construção antiga e usando chapéu de couro.



Figura 23: “Dona Maria Angelina” admite ter dado uma descuidada. Além de falar pouco, a pergunta da repórter é deixada na edição final.



Figura 24: O terceiro personagem da reportagem sobre a dengue é usado no final do VT para dar o “bom exemplo” com uma frase de efeito incentivada pela repórter.

Depois que a reportagem termina, os apresentadores mostram no telão, na variação 2 do cenário (conforme mostrada na figura 10), a cotação da arroba do boi gordo. São 20’’ de informações antes de Helen Martins chamar a segunda reportagem da edição. O tema é o atraso no plantio da soja no estado do Mato Grosso que atrapalhou outras atividades no campo.

O repórter Luiz Patroni, da TV Centro América, entrevistou o dono de uma grande fazenda com plantio de soja e algodão. O personagem é apresentado no OFF 1, assim como a ambientação do lugar. Reproduzo aqui o texto inicial, na íntegra:

“Já tem plantadeira ligada nesta fazenda em Campo Verde, sudeste de Mato Grosso. O agricultor HerlanMeinke vai plantar 450 hectares. Pouco menos da metade deve ser semeada agora em dezembro. O restante em janeiro, em áreas que hoje estão com lavouras de soja. Só que o planejamento inicial era outro.”(GLOBO RURAL, 20/12/2015)

Em 5 frases, o repórter conseguiu situar a fazenda, apresentar o personagem, dizer a rotina dele em relação ao trabalho no campo e ainda deixar a expectativa para a continuação da reportagem ao criar um certo suspense por não ter dito qual o outro planejamento do produtor. A resposta vem na sequência, numa fala de 16’’ do produtor que explica a alteração no planejamento. Essa construção narrativa dá cadência ao texto, que não se torna monótono e consegue captar a atenção do telespectador. Isso reforça um caráter argumentativo da narrativa jornalística. Ao criar uma linha de raciocínio, cria-se também uma argumentação, que pode ter finalidades estratégicas por parte do narrador. As narrativas midiáticas não se limitam a ser apenas representações da realidade. Elas seriam “uma forma e organizar nossas ações em função de estratégias culturais de contexto. (...) Quem narra tem algum propósito ao narrar, nenhuma narrativa é ingênua” (MOTTA, 2005, p.3).

O OFF seguinte complementa a linha de raciocínio do produtor rural, explicando porque a mudança teve que ser feita. Apesar de ser um problema enfrentado em todo o estado, com base no texto da reportagem, o personagem foi o único utilizado para ilustrar o tema. A outra fonte, que encerra o VT, é o presidente da associação dos exportadores de algodão. Em 6'' ele fala que ainda não tem risco de prejuízo.



Figura 25: Herlan é enquadrado em cena na frente de um maquinário e de uma grande porção de terra, o que reforça sua posição enquanto grande produtor e empresário.

Na sequência, são dadas informações no estúdio sobre a cotação do café em várias regiões do Brasil, o giro de notícias com participação gravada de 4 repórteres, semelhante ao modelo da escalada do jornal. Antes de encerrar o primeiro bloco, são exibidos os cartazes de festas e eventos rurais. A chamada de Nelson Araújo para a reportagem que vai ao ar depois do intervalo tem uma construção interessante, que deixa o telespectador curioso: “daqui a pouco, uma música e uma dança com cheiro de roça”. Sabemos que se trata do carimbó, tema da reportagem especial da edição. Mesmo assim, a frase deixa no ar uma indagação pertinente: qual a ligação dessa manifestação cultural com o ambiente rural?

Quando o segundo bloco começa, os apresentadores estão sentados de acordo com a variação 3 do cenário (conforme ilustrado na figura 11). Eles anunciam a reportagem especial da edição, que fala sobre o carimbó. Justificam a pauta dizendo que ao longo do ano de 2015 exibiram várias outras reportagens com ritmos que nasceram no interior do país e, que, portanto, tem ligação com o homem do campo e suas raízes culturais. A repórter Priscila Brandão viajou para o Pará e produziu duas reportagens. A primeira, tem 9'31'' de duração. Vamos categorizar como personagens rurais os entrevistados que moram nas regiões visitadas e que tenham relação com o campo. O OFF 1 da reportagem é bem extenso, com a presença constante de trilha sonora, composta de músicas do carimbó.

O ritmo foi considerado em novembro de 2015 como patrimônio cultural brasileiro e está presente em diversas manifestações culturais da região Norte do Brasil. A condição de levar uma manifestação cultural regional para a audiência nacional que assiste o programa pode ser entendida sob a ótica de Arthur da Távola. Ele conceitua o termo Teledimensão, que seria a capacidade de ver o perto, mesmo estando de longe. Essa característica “dá-nos a possibilidade tanto de ser o espetáculo, como de, apenas, ver o espetáculo. Participar dele como criticá-lo (no sentido de consciência crítica)” (TÁVOLA, 1984, p. 63). Ao assistir a uma cobertura pela televisão, acompanha os acontecimentos de longe (de casa). Mas a tela transporta o indivíduo para o lugar daquela cobertura e, conseqüentemente, estar perto. Ao permitir esses dois planos, a TV tanto cumpre um papel de levar um novo conhecimento para o público (envolvimento) quanto o de fomentar o senso crítico de quem assiste (distanciamento).

A TV tem a força de levar costumes regionais para o conhecimento de pessoas que moram muito longe de onde o carimbó surgiu. A equipe visitou alguns vilarejos onde o ritmo teria surgido com mais intensidade. E encontrou o Mestre Santinho, que conta em 10’’ de entrevista a origem do carimbó.



Figura 26: repórter usa o personagem para contar a história da origem do ritmo. Envolvimento pessoal gera emoção.

Ainda na vila, a repórter interage com os moradores para entender a dança. A opção narrativa foi por manter um distanciamento em relação ao assunto. Em nenhum momento, a repórter “pratica” o que aprendeu. Apenas pede para que duas meninas e um casal mostrem e expliquem, em 1’05’’, para a câmera – que representa o olhar do público – os passos e técnicas dos movimentos.

Duas pessoas incluídas no VT ganham mais destaque. É o momento em que a narrativa deixa de destacar o ritmo musical e passa a valorizar os personagens. Um corte

de cena transporta “Mestre Ticó” da dança para o campo. Ele substituiu o instrumento musical pela foice. O OFF da repórter é o seguinte:

"Raimundo Correa Costa, ou mestre Ticó é agricultor, como a maioria do pessoal envolvido com o carimbó. tem sessenta e dois anos e cuida dessa lavoura, de um tipo local de abacaxi (...) hoje, mestre Ticó solta a voz até no trabalho". GLOBO RURAL, 20/12/2015)

Ticó tem 15'' de fala, onde comenta a vergonha que tinha de cantar no meio da lavoura e hoje como isso mudou. O personagem é trabalhado de forma simples e positiva, ilustrando para o telespectador que o carimbó é um ritmo presente no campo e importante para ao reconhecimento da identidade de um grupo.



Figuras 27 e 28 (da esquerda para a direita): Ticó na festa do carimbó e na lavoura. Mesmo personagem usado no texto em dois cenários diferentes para contar trechos distintos e complementares da mesma história. O recurso narrativo traz riqueza de detalhes.

A personagem seguinte, chamada pela repórter de “Dona Margarida de Souza” é vista nas imagens dançando no meio da rua. Mas, a construção da história dela é semelhante à de Ticó. Um corte leva a mulher para a lavoura. As imagens são cobertas pelo OFF: “E a nossa pé de valsa, ou melhor, pé de carimbó, dona Margarida de Souza, também vive da agricultura. cultiva mandioca com o marido”. Dona Margarida é vista de touca, trabalhando a mandioca até virar farinha e fazer o “beiju”, iguaria típica da região. A fala dela sobre o processo de produção do doce tem 20''.



Figura 29: Dona Margarida é filmada enquanto prepara um prato típico, inserida em seu ambiente.

Por não ser um alimento conhecido em território nacional – abrangência do programa – a repórter experimenta e descreve o sabor, olhando para a câmera. Apenas um historiador é ouvido na produção.

O intervalo é anunciado pela própria repórter, em OFF. O texto que encerra o bloco é um convite para o telespectador assistir a próxima reportagem sobre o carimbó. A opção de fazer um texto para a passagem de bloco, usada pelo Globo Rural e por outros telejornais da emissora, reforça que não é apenas a reportagem em si que possui uma narrativa jornalística com elementos ficcionais. O próprio programa, como um todo, aplica técnicas que manutenção da audiência, de expectativa e surpresa.

A segunda parte da reportagem sobre o carimbó começa com som do tambor e a passagem da repórter explicando que o instrumento é um dos mais importantes para o ritmo musical e que tem que ser feito por artesãos dedicados. A partir daí, o personagem José Carlos é apresentado. Observe que na primeira parte da reportagem, a narrativa ia de um assunto mais geral (o carimbó) para terminar com os personagens. Agora, o personagem foi introduzido ao telespectador logo no início. Isso porque parte da história já foi explicada no VT anterior e quem assistiu desde o começo já compartilha parte do universo onde vivem as pessoas entrevistadas. Isso dispensa a repetição de uma grande introdução não prejudica o “fio da meada” da história.

O OFF que apresenta o personagem é o seguinte: “José Carlos Paixão gosta de música desde sempre. Tanto que seu apelido é ‘Jimi Paixão’, por causa de um grande guitarrista, ídolo da época da adolescência.” O texto continua relacionando a história do personagem com o instrumento que ele fabrica, enquanto vemos imagens de um pequeno atelier.



Figura 30: Jimi Paixão é entrevistado no local de trabalho, com o instrumento inacabado presente na cena. Se prestarmos atenção apenas aos elementos visuais, seria possível saber em qual contexto o personagem foi inserido.

A entrevista é dividida em quatro inserções, a maior com 16" e a menor com 7" de duração. E a participação termina com imagens dele tocando o tambor recém produzido.

Com poucas frases, a repórter anuncia que estão em outro vilarejo em busca de mais um artesão. E logo vemos na cena a jornalista e o agricultor Reginaldo Neves caminhando em direção à câmera. Ele produz o banjo, outro instrumento do carimbó. O trabalho dele é descrito de forma quase poética: “ele fabrica o banjo do carimbó. tudo feito de forma muito rústica, debaixo da copa frondosa de uma árvore de Nim”. A repórter narra o processo de esculpir o banjo. O texto é descritivo, complementado com as imagens. Algumas curiosidades são ressaltadas, como o fato de o instrumento ser feito com "madeira local, panela de pressão velha e linha de pescar". Essa frase foi lida com entonação de surpresa pela repórter.



Figura 31: o enquadramento do personagem é em plano mais aberto, para inserir as informações o ambiente como recurso que facilita a compreensão da história.

O personagem teve três trechos de entrevista com fala e um trecho apenas com imagens dele tocando o instrumento novo e cantando uma música do carimbó. A cena é usada como efeito de transição para a narrativa continuar falando sobre o assunto. O telespectador é, então, apresentado ao Pinduca, conhecido como “Rei do Carimbó”. O personagem é apresentado da mesma forma que o anterior: repórter e personagem lado a lado no mesmo enquadramento enquanto ouvimos o OFF: "com sessenta e cinco anos de carreira, Pinduca sempre se apresenta com esse adereço único". E o personagem pega um chapéu colorido.

Pinduca é tratado como um dos responsáveis por levar o ritmo da roça para o asfalto, ou seja, por torná-lo conhecido pelo público dos grandes centros. A explicação não termina aí, e para dar mais força ao tema, a repórter relembra uma produção ficcional da Rede Globo: a novela “Amor Eterno Amor”, exibida em 2012 e ambientada

na Ilha de Marajó, no Pará. A trama de Elizabeth Jhin teve personagens rurais e uma das músicas da trilha sonora era no ritmo do carimbó. Lia Sophia é a intérprete da música e aparece no VT comentando sobre a divulgação da música em rede nacional através da novela.

Ao usar a novela como comprovação de que a música ganhou proporções maiores, o Globo Rural atesta que a produção ficcional está diretamente ligada à tentativa de configurar uma identidade nacional, sustentada pela diversidade. E que, assim como as produções com caráter jornalístico, as produções ficcionais também são entendidas como um recurso comunicativo (LOPES, 2009).



Figura 32: Pinduca, o Rei do Carimbó, mostrando o chapéu colorido apontado em OFF pela repórter.

A última sequência do VT retrata uma forma de manter a tradição do carimbó. A informação passada para o telespectador é a seguinte: “Sebastião Canuto, mestre Sabá no carimbó, leva os netos até o manguezal em Marapanim, para conhecer a siriuba ou sirubeira, aquela árvore usada para fazer o tambor que nós vimos na oficina do Jimi Paixão”. Aqui, além de retomar o início da história e provocar a memória do telespectador, o texto projeta a ação na cena para o personagem que mostra partes da árvore para duas crianças e, numa entrevista de 25” explica porque é importante ensinar pras novas gerações.



Figura 33: personagem enquadrado em primeiro plano enquanto a árvore, assunto da conversa, aparece logo atrás.

A última passagem do VT apresenta a estrutura de uma escola de carimbó. De todas as aulas oferecidas, a repórter deu mais destaque à banda. E entrevistou dois alunos: o mais velho, Gilson, com 13" de fala e o mais novo, Carlos Guilherme, que participou durante 34''. A reportagem especial termina mostrando os dois personagens tocando junto com uma banda, para um grande público. O "final feliz" das duas histórias mostradas foi usado para encerrar a própria reportagem em si. Uma edição de imagens com trilha sonora completa os 10' de material.



Figura 34: Gilson participa da parte final da reportagem, que mostra o legado do ritmo musical. O instrumento musical, presente na cena, reforça o recorte da entrevista.



Figura 35: Carlos Guilherme é o membro mais novo do grupo de música. Encerra o VT mostrando para o público que a tradição do carimbó (apresentada na reportagem) está mantida. É uma forma da narrativa ter começo, meio e fim.

No estúdio, os apresentadores se despedem. Como a edição do dia 20 foi a última antes do natal, o texto padrão ganhou um acréscimo. Nelson Araújo diz: "bom dia, feliz natal e até domingo que vem".

Para a análise quantitativa da edição de dezembro do Globo Rural, consideramos a produção especial sobre o carimbó, dividida em dois blocos, como duas reportagens diferentes. Os dados revelam uma informação interessante: quase 81% de todos os entrevistados moram ou trabalham na zona rural. Dos 17 personagens rurais, 13 tiveram voz nas reportagens sobre o carimbó. Como a proposta era contar a história do ritmo musical, da dança e dos costumes, a repórter valorizou as entrevistas e conferiu mais

ação aos personagens ao narrá-los em suas situações rotineiras, seja fazendo “beiju”, dançando ou esculpindo um instrumento musical.

GLOBO RURAL EDIÇÃO – 20/12/2015		
<i>REPORTAGENS</i>	<i>ENTREVISTADOS</i>	<i>PERSONAGENS RURAIS</i>
REPORTAGEM 1: Combate dengue propriedades rurais	4	3
REPORTAGEM 2: Atraso na safra da soja e do algodão	2	1
REPORTAGEM 3 (material especial) Carimbó – parte 1	8	7
REPORTAGEM 4: (material especial) Carimbó – parte 2	7	6
TOTAL	21	17

TABELA 2: quantitativo de entrevistados e personagens rurais da edição de dezembro

Juntos, os 21 personagens ocuparam 5’56’’ de toda a edição. Nas reportagens sobre o carimbó, a sonora do mesmo personagem chegou a ser usada até quatro vezes. A sequência de fala mais longa teve 1’05’’ na parte 1 do VT, quando os moradores do vilarejo explicam as técnicas da dança.

6.4 EDIÇÃO DE 31 DE JANEIRO DE 2016

A última análise é da edição exibida no dia 31 de janeiro de 2016 é a mais longa das três amostras selecionadas, com 45’46’’ de duração e 4 blocos. Na escalada, cinco repórteres participam com breves inserções. E mais duas reportagens são citadas apenas em OFF. Ao todo, foram exibidas nove reportagens, sendo que seis delas tinham personagens rurais. No estúdio, dessa vez, não está o casal principal de apresentadores. Em vez de Nelson Araújo, Cristina Vieira divide a bancada com Helen Martins. Cristina apresentava as edições diárias do Globo Rural e integra a equipe fixa de repórteres e editores.

O editorial é sobre os prejuízos na zona rural causados pela chuva. A primeira reportagem, entretanto, não é de nenhum tema relacionado ao texto. O assunto é o maracatu rural, tratado como “uma jóia da cultura brasileira” e é uma reprise de uma reportagem exibida no dia 17 de junho de 2015. O repórter Vico Iasi viajou até Pernambuco para contar a história e a tradição do ritmo e da dança típicos do estado.

A explicação possível para a repetição do material no programa pode ser pelo fato de estar no mês de janeiro, época em que os profissionais se revezam em férias e é comum nas redações pensar em “retrospectivas” nas edições, com o que de melhor foi exibido ao longo do ano anterior. A reexibição de reportagens é uma prática e serve cumprir o planejamento das edições do programa, sem deixar sobrar tempo de exibição disponível sem nenhum conteúdo.

“Uma parte da atividade jornalística é planejada antes do dia em que os acontecimentos cobertos tem lugar. Um tal planejamento identifica os ‘acontecimentos futuros’ numa tentativa de impor ordem ao (possível) caos provocado pela imprevisibilidade de (alguns) acontecimentos”.
(TRAQUINA, 2005, p. 39)

Um historiador explica a origem do ritmo nas pequenas propriedades rurais como resultado de uma mistura de costumes portugueses e dos negros escravos. Todas as informações são passadas pelo historiador, com OFF’s do repórter para explicar as funções de cada membro na festa. Então, depois de contextualizado o tema, o repórter dedica a atenção do VT aos personagens. Com o texto: “a maior parte dos integrantes dos maracatus rurais ainda vive ou trabalha na roça”, o telespectador é levado para um canavial onde estão dois homens. Eles usam roupas próprias para cortar cana, bem diferentes do vestuário colorido do maracatu. Apenas um deles, o “Seu José” tem voz durante 10”.



Figura 36: apesar do tema da reportagem ser o Maracatu, “Seu José” é filmado longe das roupas coloridas e no ambiente de trabalho da roça.

A edição do VT volta a mostrar o grupo se apresentando na cidade para complementar o texto do repórter, que diz que o maracatu influenciou a cultura nacional e é conhecido até mesmo no exterior porque esteve presente na cerimônia de encerramento das Olimpíadas de Londres, em 2012. O texto do repórter, para esse trecho, soa como se fosse algo épico e histórico: “naquele momento, agricultores e cortadores de cana ganhavam o mundo”. Um produtor cultural reforça que a divulgação é positiva pra consolidar a identidade de quem participa do maracatu.

Um desses participantes é apresentado como “Seu Zé Duda”. Ele é visto com uma enxada na mão, capinando a terra. Ele aponta pra enxada e diz: “esse é meu divertimento”. Mas, reconhece que tem outra paixão: a música. Em um dos momentos da entrevista, ele canta uma composição própria. Nesse momento, a câmera está num plano mais fechado, para destacar a expressão do personagem. Toda a entrevista dele tem duração de 39’.

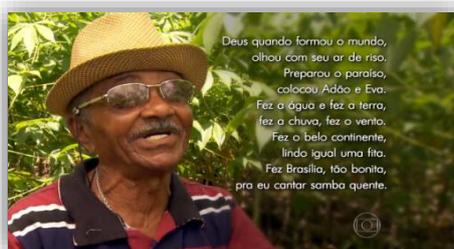


Figura 37: “Zé Duda” declama verso que compôs durante o trabalho no campo. Texto surge na tela.

A reportagem termina com 7’21’’ de duração, mostrando mais grupos de maracatu se apresentando no meio da rua. A leitura do OFF tem pausas para valorizar a trilha sonora, composta por músicas tocadas pelos grupos registrados. Logo depois, as apresentadoras chamam a passagem de bloco e anunciam os próximos conteúdos que serão exibidos.

No segundo bloco, as apresentadoras estão de pé, posicionadas na variação do cenário 2 (conforme indicado na figura 10). O tema da sequência de reportagens é o aproveitamento da água da chuva na plantação. Com base neste mesmo assunto, três reportagens diferentes foram veiculadas, todas elas com a presença de personagens rurais. A primeira foi a do repórter Giovanni Luiz, da TV Gazeta de Alagoas. A narrativa revela, logo na primeira frase, quem é o personagem: “Seu José está feliz porque na propriedade dele as cisternas e caixas d’água estão cheias”. A imagem que

complementa esse texto é a do Seu José enchendo um balde. Em 6'' de sonora, o personagem confirma a felicidade por ter água para cuidar da plantação. O OFF seguinte e a passagem explicam que choveu acima da média e, por isso, deu pra guardar água. A entrevista de 10'' de uma agricultora é inserida no VT sem qualquer apresentação por parte do repórter. Ela apenas confirma o que foi dito na passagem.



Figura 38: “Seu José” apareceu depois de um OFF do repórter, que contou a história do personagem.



Figura 39: Já “Dona Luiza” entrou direto no VT, logo após a passagem e sem OFF específico. A fala dela foi utilizada para comprovar, por meio de quem vive no campo, a situação falada pelo repórter.

Outros dois personagens são ouvidos, com sonoras curtas. “Seu João” falou por 4'', e “Seu José”, por 5'' sobre o que vão fazer agora que tem água guardada.



Figura 40: personagem “Seu João” falou por pouco tempo. A informação da fala foi complementada pelo enquadramento de um cenário seco, com um cacto no plano.

Em narrativas jornalísticas, o personagem representa uma pessoa com existência real. Porém, “sabemos dessa pessoa apenas a personagem que os mídia nos oferece”

(MOTTA, 2005, p. 7). Nesse ponto, a figura do personagem passa a ser também uma construção do público e não somente do texto do repórter.



Figura 41: “Seu José” também teve pouco tempo no vídeo e reforçou informações ditas no OFF.

O repórter encerra o texto, depois de 1’54’’ e convida, em OFF, o telespectador para acompanhar outra reportagem com o mesmo tema. É a vez do repórter Alan Garcia, da TV Clube do Piauí. Na passagem, ele apresenta o personagem. Uma forma de construção narrativa que não foi usada nas outras duas edições analisadas. Observe a transcrição do texto:

Se a chuva tem causado estragos nas estradas, a gente não pode dizer o mesmo do que tem acontecido na agricultura. Faz gosto de ver seu João Batista com a mão na enxada, dentro do campo. Um trabalho que ele andou afastado nos últimos quatro anos por causa da seca. (GLOBO RURAL, 31/01/2016)

Esse texto é falado pelo repórter posicionado em primeiro plano, à direita do vídeo, enquanto o personagem está à esquerda, capinando a terra, sem olhar para a câmera. Naturalmente, criou-se um cenário favorável para a gravação da passagem, onde, primeiro, repórter e personagem estão distantes, apesar daquele fazer referência a este. A construção textual também segue por uma linha próxima à da ficção, uma vez que abandona o distanciamento padrão do discurso jornalístico. Esse conceito é trabalhado por SILVA (2001):

A linguagem da narrativa ficcional na televisão vai ser constituída a partir de um ‘desprendimento’ em relação a uma outra linguagem (‘frases feitas e grandiloquentes’ / ‘diálogos formais’), de modo que os próprios atores/personagens, dentro dela, vão parecer mais ‘soltos’. A coloquialidade remete por exemplo à utilização de gírias, à utilização de revistas e jornais de época, à substituição da figura de um herói, característico de narrativas melodramáticas, pela de um anti-herói. Não é simplesmente uma linguagem mais solta, mas uma linguagem que se prende a um outro padrão. (SILVA, 2001, p. 159)

Na entrevista, o personagem segura a enxada nos ombros e fala durante 12''. Em seguida, o repórter informa dados sobre a chuva na região e, assim como o anterior, chama a próxima reportagem ainda dentro do mesmo tema.



Figura 42: O produtor rural poderia ter repousado a enxada no chão para dar entrevista, mas, o enquadramento da câmera mostrou a ferramenta de trabalho.

Denise Delmiro, da TV Paraíba, repete uma construção textual muito vista nas reportagens do Globo Rural: o de anunciar logo no começo do texto o nome do personagem. É uma técnica que mantém a objetividade do texto jornalístico, mas que empobrece um pouco a condução da história até chegar no personagem em si. A repórter ainda deixa o texto incompleto para que o personagem possa terminar a informação. No caso, ela disse que não chove “há muito tempo”. E a sonora do “Seu Paulo”, em 23'' diz que depois de 4 anos pode plantar. E cita o que será semeado na terra.



Figura 43: Seu Paulo enquanto personagem foi utilizado no VT para complementar informações da matéria com um tom mais pessoal.

No OFF seguinte, não vemos a continuidade da ação do personagem até então mostrado. O texto é direcionado para outra propriedade, onde a repórter conhece o casal “Dona Nalva” e “Seu Arenilson”. O homem fala em curtos 3'' de sonora. Já a mulher é vista em cena ajoelhada numa pequena plantação, junto com a repórter, e tem 8'' de participação.



Figura 44: A fala breve do “Seu Arenilson” pode ter sido consequência de uma timidez, condição comumente encontrada pelos repórteres em matérias rurais. Muitos produtores tem vergonha de falar ou se sentem com medo de dizer algo que possa “sair errado”.



Figura 45: Para deixar “Dona Nalva” mais à vontade, a repórter procurou se inserir no ambiente mais confortável para a personagem, conferindo leveza tanto ao enquadramento quanto à entrevista.

O casal ainda é citado na passagem da repórter. Ela anda por uma grande área de terra e diz que ali é onde os dois vão plantar a próxima safra, e que já está tudo preparado. É como se o texto encerrasse a participação dos dois deixando claro para o telespectador que eles tiveram o “final feliz” da história. A reportagem tem 1’31” de duração.

Ainda no segundo bloco, as apresentadoras fazem o giro de notícias da semana, exibem os cartazes de festa e eventos rurais e dão informações sobre a cotação do café, da arroba do boi gordo e dados da bolsa internacional com o preço dos produtos agrícolas.

Duas reportagens exibidas no bloco não tiveram a participação direta de personagens rurais. Na que apresentou a estrutura do Show Rural, um grande evento rural na região Sul, dois organizadores deram entrevista. E na outra reportagem, nem o ambiente rural é citado. O tema da matéria é que o novo fiscal sanitário do aeroporto internacional de Brasília é um cachorro. Ele vai ajudar na fiscalização de produtos agropecuários que entram no país. Uma fonte técnica explica que a entrada irregular pode trazer pragas e venenos que prejudicariam a produção nacional.

Todo esse bloco de informações sem a inserção de personagens rurais teve duração de 8'39''. No terceiro bloco, as apresentadoras estão ocupando o cenário na variação 3 (conforme indicado na Figura 11). Elas lêem a cabeça da reportagem especial sobre o desmatamento em áreas extrativistas.

Em 12'19'', o repórter José Raimundo, da TV Globo de Recife conta a situação das reservas extrativistas do Acre. O OFF começa com uma descrição do lugar, sugerindo perigo: “mata fechada, rios sinuosos, vida selvagem. Estamos sobrevoando a reserva extrativista Alto Juruá, a primeira criada no Brasil.” A reserva foi criada depois da morte do líder seringueiro Chico Mendes e o OFF situa o tema ao apresentar dados resultantes de uma minuciosa apuração. Na primeira passagem, o repórter entra na cena junto com outras pessoas, provavelmente da equipe. Enquanto os outros seguem rumo a uma pequena embarcação, o repórter para, olha pra câmera e fala o texto.

No barco, a caminho da comunidade que vive dentro da reserva, a primeira entrevista é com o chefe da reserva, que não consideramos como personagem rural porque ele disse que não mora nas comunidades. Até aquele momento da reportagem, apenas o chefe da reserva teve voz, mas a todo momento citava "aquelas famílias", ou seja, os que vivem na reserva.

Então, a edição corta para uma imagem de sanfona e vemos o primeiro personagem, “Seu Raimundo Nonato”.O repórter usa a técnica comum já vista em outras reportagens de andar ao lado do entrevistado para o cinegrafista gravar as chamadas "imagens e apoio". São aqueles takes que servem para cobrir o OFF em que o repórter cita diretamente o personagem. Com essas imagens, foi possível narrar com detalhes a história do personagem. Este, por sua vez, complementa a história com relatos mais pessoais, de 28" de duração.



Figura 46: Raimundo Nonato teve duas inserções no VT. Todas com o mesmo enquadramento.

A trilha sonora, com sons de instrumentos tipicamente indígenas, facilita a transição de assunto. A equipe chega até a reserva principal e que aumentou de tamanho ao longo dos anos. A entrevista é com “Dona Ivete”, agricultora que chegou nas terras quando não tinha quase ninguém e que agora sente falta de espaço. A técnica usada pelo repórter para fazer essa descrição é interessante. A imagem mostra repórter e personagem andando juntos, depois entra uma curta sonora da personagem e só depois o nome dela é citado no texto. O repórter ainda retorna com a personagem em outro momento, gravado com enquadramentos diferentes. “A gravação de tomadas obedece a indicações de como abordar os entrevistados, como realizar a gravação das cenas, em que ordem, utilizando-se de enquadramentos já padronizados em uma linguagem comum”. (SILVA, 2001, p. 156)



Figuras 47 e 48: “Dona Ivete” em enquadramentos diferentes. Em cada sonora, um assunto. Como vimos em outra edição, essa opção do repórter torna a narrativa menos cansativa e mais rica de conteúdo, porque entende o cenário como fonte de informação.

“Dona Ivete” reclama de um vizinho, procurado pelo repórter para dar sua versão do caso, em 11” de entrevista. Com isso, é entendido no texto o fim do conflito. Apesar de, na realidade, pouca coisa ter sido definida. Porém, entendemos aqui que houve um recorte feito por parte do repórter para enquadrar o personagem no tema da pauta.



Figura 49: Antônio é citado por “Dona Ivete” e o repórter procura o personagem para ouvir a versão dele. Esta sequência, entretanto, se desenrola de forma superficial.

Imagens aéreas mostram uma floresta densa e equipe seguindo pelo rio, de barco. Uma arte com o mapa da região surge na tela e indica para o telespectador onde eles estão. Com tom de surpresa e lamento na locução, o repórter diz que existem áreas desmatadas. E entrevista Valdemar, produtor rural flagrado cortando árvores. O personagem se justifica, em 22", dizendo que essa é uma prática adotada por vários produtores que lutam pela própria sobrevivência. Em nenhum momento o repórter discorda dele, ou indica discordar. Apenas permite um tempo na reportagem para os esclarecimentos. O mesmo acontece com Manuel Moura, dono de terra que desmatou para criar gado.



Figura 50: morador da área de preservação é flagrado desmatando. O repórter permite que ele se justifique, sem fazer maiores julgamentos. Mas aparece na tela de costas para a câmera e com os braços cruzados.



Figura 51: os personagens que desmatam a floresta não são tratados como “vilões” da história de forma clara. Porém, a trilha sonora anterior e posterior assume um tom mais grave que indica seriedade ao assunto.

A reportagem se encaminha para o final ao chegar em uma terceira reserva extrativista habitada por produtores rurais. Lá, o repórter informa quantos são os moradores, de forma geral, para focar em dois bons exemplos. Essa escolha narrativa já foi vista nas outras amostras analisadas. Consiste, segundo, FIELD (1982) no segundo ponto de virada da narrativa. Num padrão de roteiros, a trama é dividida em três partes: apresentação da história, confrontação de idéias e resolução do conflito. Entre cada uma dessas partes existe um “ponto de virada” ou “plot” da narrativa. A parte final da

reportagem analisada seria, portando, a resolução do conflito após o “ponto de virada” que são os problemas causados pelo desmatamento.



Figura 52: Gerson deixando uma lição de que é possível extrair da natureza sem prejudicá-la.

Na tela, o jovem “Gerson” e “Raimundão”, primo de Chico Mendes, são vistos tirando da natureza o sustento. O primeiro tem 20” de entrevista, já o segundo ganha mais espaço, muito por causa do parentesco. Para reforçar a intenção de deixar uma lição ao final da reportagem, o jornalista optou por terminar com a sonora do personagem Raimundão. Das reportagens analisadas, essa é a única que encerra com a fala do personagem.



Figura 53: Raimundão é explorado pelo repórter pelo vínculo que tem com Chico Mendes. A ele é conferido um status de entendedor da natureza e de como viver em harmonia com o ambiente.

Na passagem do terceiro para o quarto bloco, as apresentadoras antecipam o próximo assunto: carnaval. A aproximação com o tema rural se dá pelo fato de que a cidade de Sorriso, no Mato Grosso, seria homenageada por uma escola de samba carioca.

A reportagem do último bloco do programa permite análises relevantes sobre a apropriação cultural dos costumes do campo por parte de moradores da cidade. No carnaval de 2016, a escola Unidos da Tijuca mostrou na avenida a agricultura e a cidade de Sorriso, conhecida como capital nacional do agronegócio. A primeira reportagem sobre esse tema mostrou o ensaio dos foliões na Marquês de Sapucaí, no Rio de Janeiro.

O texto da repórter Ana Carolina Ramundi é recheado de expressões como “tem caipira no samba” e “os caipiras da zona norte do Rio de Janeiro foram ao interior” numa clara apropriação de um termo hoje considerado em desuso para tratar o morador da zona rural. A reportagem, com 1’45” entrevistou apenas membros da escola, moradores da cidade que, durante o carnaval, interpretam ser da zona rural. Muitos contam que se assustaram com o tamanho das plantações da cidade de Sorriso. Outros confessam que sequer viram uma soja.

A repórter diz na passagem que “a gente vai até a cidade inspiração do enredo, em mato grosso com o repórter Luiz Patroni”. Nesse momento, a reportagem de 2’20” passa a se enquadrar de forma muito mais clara na linha editorial padrão do Globo Rural. Isso porque o repórter da TV Centro América diz que o desfile por lá é outro. Ele não dá a resposta, mas a imagem mostra várias máquinas colhedeiras enfileiradas, retirando os grãos da plantação.

O OFF conta a história do crescimento da região e apresenta “Seu Inácio”, um dos primeiros a chegar. O homem é mostrado na terra dele, num plano de câmera mais aberto, para dar a dimensão do tamanho da propriedade. Em duas inserções, ele fala durante 26”. Outro agricultor, “Seu Darcy”, é inserido na sequência do texto sem nenhuma apresentação ou destaque. Em 8” ele apenas reforça uma informação dada pelo repórter.



Figura 54: personagem da zona rural de Sorriso foi o que teve mais destaque no VT porque estabeleceu um histórico do desenvolvimento da cidade.



Figura 55: “Seu Darcy” é um grande empresário da região. O fundo neutro utilizado na hora da entrevista pouco revela sobre o personagem.

O VT, então, muda para um foco pouco habitual do Globo Rural, porque sai do ambiente do campo e passa a mostrar imagens da cidade de Sorriso: ruas, cruzamentos, prédios, carros. O repórter introduz outra passagem para explicar que a agricultura foi a responsável pelo crescimento da cidade nos últimos anos. Com o texto em OFF “a presença de sorriso no carnaval mais famoso do mundo virou motivo de orgulho”, o repórter insere um povo-fala, de 23” de duração onde três moradores da cidade dizem que a divulgação vai ser boa e que a torcida é garantida. É o momento em que o personagem rural destacado na pesquisa se reconhece enquanto personagem do carnaval.



Figura 56: No povo-fala gravado na cidade de Sorriso, um dos moradores dança e deseja boa sorte para a escola de samba carioca.

A edição optou por encerrar a reportagem novamente no Rio de Janeiro. A repórter divulga dados da escola e converte o investimento no carnaval para a quantidade de sacas de soja e de milho, numa clara tentativa de aproximar a linguagem para o telespectador do campo. E ainda usa no texto as palavras “raiz”, “fértil”, “colher” e “plantou”, porém no contexto do samba.

O VT termina com trilha sonora de samba e, no estúdio, as apresentadoras encerram o tema dizendo mais informações sobre o desfile da Unidos da Tijuca. O encerramento, desta vez, não teve o habitual “bom dia”. Apenas o “até domingo que vem” da apresentadora Cristina Vieira.

A análise quantitativa da edição do dia 31 de janeiro de 2016 revela que 81,5% dos entrevistados atendem a critérios já categorizados que permitem enquadrá-los como personagens rurais. Das três edições analisadas, esta foi a que apresentou o maior número de sonoras nos VT’s. Das seis reportagens, quatro não apresentaram nenhuma fonte técnica ou oficial. Apenas moradores do campo tiveram voz. Muitos deles foram usados na narrativa para confirmar na prática as informações técnicas dadas pelo repórter no OFF. O texto jornalístico incorporou elementos presentes na ficção como a coloquialidade, a proximidade e a resolução de conflitos.

GLOBO RURAL EDIÇÃO – 31/01/2016		
<i>REPORTAGENS</i>	<i>ENTREVISTADOS</i>	<i>PERSONAGENS RURAIS</i>
REPORTAGEM 1: Maracatu Rural (reexibição)	4	2
REPORTAGEM 2: Benefícios da chuva em Alagoas	4	4
REPORTAGEM 3 Benefícios da chuva no Piauí	1	1
REPORTAGEM 4: Benefícios da chuva na Paraíba	3	3
REPORTAGEM 5 Reservas extrativistas no Acre	10	7
REPORTAGEM 6 Carnaval homenageia a agricultura	5	5
TOTAL	27	22

TABELA 3: quantitativo de entrevistados e personagens rurais da edição de janeiro

O tempo de sonoras de todos os personagens rurais, somados, alcançou a maior marca entre as três edições analisadas: 6'31'' de material editado. Destaque para a reportagem sobre as reservas extrativistas. Por ter 7 vozes diferentes, algumas com mais de uma inserção, o tempo destinado aos personagens na soma foi maior. O dado permite afirmar que não existe um padrão para a quantidade de espaço destinado ao personagem nos VT's do Globo Rural. Edições com maior tempo de duração têm, conseqüentemente, mais espaço a ser preenchido e, com isso, as reportagens tendem a ser maiores ou contemplarem mais sonoras.

Durante a análise dos VTs inseridos nas edições escolhidas, percebemos a construção de personagens dentro da narrativa de maneira a criar uma unidade narrativa que fosse compreensível para o público e que respeitasse, ao mesmo tempo, as "normas" jornalísticas seguidas pelos repórteres. Dentre os perfis de personagens identificados, percebemos a caracterização de empreendedores, ou seja, grandes fazendeiros, donos de máquinas modernas e grandes faixas de terra; trabalhadores, aqueles que lidam diretamente com as tarefas de uma fazenda ou plantação, como colheita, administração das atividades, etc.; e familiares, que tem pequenas propriedades, cultivam pouca quantidade e vivem em comunidades afastadas.

7 CONCLUSÃO

O principal desafio deste trabalho foi encontrar uma visão mais aprofundada sobre o objeto de pesquisa escolhido para análise, uma vez que, diferentemente de obras fechadas como um filme ou uma obra literária, um jornal é exibido periodicamente e de maneira sistemática ao longo de vários anos. Por isso, é preciso afirmar que o estudo feito considera a linha editorial mais recente praticada pelos jornalistas do programa.

Não levamos em conta a evolução da própria linguagem telejornalística experimentada no “Globo Rural” desde a década de 1980, tanto nos aspectos de conteúdo quanto nas questões técnicas e tecnológicas como a evolução dos equipamentos que permitem imagens com mais qualidade. Contudo, entendemos que o “fazer jornalístico” atual foi modificado graças às inovações estilísticas praticadas nas redações. Essas mudanças tiveram como principal tônica uma tentativa de aproximar ainda mais o telejornal (e, por tabela, a emissora, os jornalistas e o conteúdo) do público.

Uma das mudanças permitiu uma aproximação do repórter com os entrevistados. Isso insere o jornalista no cenário do fato relatado e, muitas vezes, transforma o narrador em personagem. Nas reportagens do “Globo Rural” analisadas, a interferência do repórter não chegou a nenhum ponto que permitisse essa transformação. Os repórteres assumiram a postura de “contadores de história” e, para reforçar a presença no local ou confirmar a existência de uma apuração, eram enquadrados junto com o entrevistado na cena.

Podemos inferir, após a análise, que as formas de se construir uma reportagem para veículos de comunicação ajudam a elaborar o sentido e, conseqüentemente, influenciam na forma como a mensagem é recebida. Algumas correntes de estudo sobre notícia consideram que a aproximação mais correta seria mais a do relato e menos a da narrativa. Para essa corrente, a notícia como construção não implica no uso de elementos ficcionais para ser “pura” e livre de possíveis distorções entre os efeitos causados pelo emissor e a compreensão do receptor. Entretanto, os próprios jornalistas, no exercício diário do trabalho, lançam mão de recursos narrativos e constroem a notícia como se fosse uma história, reforçando o argumento de que a notícia não deixa de ser um relato, mas é permeado por elementos narrativos.

Nas reportagens contidas nas três edições do “Globo Rural” analisadas, observamos a preservação de algumas premissas da Comunicação Rural, como a

preocupação em transmitir saberes técnicos do campo para outros agricultores, como o caso das reportagens que “tiravam dúvidas” sobre determinado cultivo ou foram pautadas com base nos pedidos enviados por carta. Outras reportagens tinham a intenção de mostrar exemplos positivos, que poderiam ser vistos com resistência pelos produtores rurais mas que, na televisão, ganham destaque. É como se a reportagem certificasse para o produtor que aquele método, ou aquela novidade, dessem certo, numa possível tentativa de estimular a reprodução das técnicas.

Em todas as edições analisadas, algumas reportagens não tinham como foco a transmissão de saberes do campo. É o caso dos VT's sobre o carimbó, o maracatu e o carnaval, em que uma peculiaridade regional ganhou destaque após ter sido “desvendada” pelo programa. Em todos os casos, repórteres visitavam os locais onde a tradição cultural era mantida e ressaltavam na narrativa pontos curiosos, instigantes e diferentes para que o público pudesse se sentir atraído pela representação exibida na tela.

A partir dos dados quantitativos, percebemos a supremacia masculina entre todos os entrevistados considerados personagens rurais. Não é possível dizer com exatidão a causa dessa presença desproporcional, mas podemos inferir que ainda haja uma cultura patriarcal enraizada no campo, regiões conhecidas pela escassez de escolas ou ferramentas pedagógicas que poderiam transformar essa realidade. Outro ponto está no fato de que muitos entrevistados foram retratados enquanto executavam trabalhos braçais pesados, função comumente atribuída ao homem.

A figura do homem do campo foi construída em várias reportagens de forma a quebrar o padrão pré-concebido de que todo morador da zona rural é “caipira”. Essa representação, incentivada pela mídia e enquadrada pela ficção na TV aberta, como vimos em capítulos anteriores, passou por uma espécie de atualização. Não houve tentativa dos repórteres de criar estereótipos, nem reduzir o trabalho do camponês a algo simples. Inferimos que as reportagens analisadas respeitaram o contexto onde o personagem estava inserido, bem como sua condição social.

Tanto é que vimos retratados desde os produtores mais simples, possuidores de pequenos espaços de terra a empresários, donos de fazendas e máquinas agrícolas. Ambos os personagens, entretanto, trazem consigo a ligação com o campo e representam as novas relações entre campo e cidade.

As categorias de análise restringiram o estudo apenas às reportagens que continham a presença do homem do campo enquanto personagem. Isso implica em uma

presença física, uma aparição no vídeo, uma entrevista concedida e um tempo de fala. Porém, percebemos que o homem do campo, mesmo que não aparecendo diretamente nos VT's, permeia toda a linha editorial do programa e está inserido de maneira indireta no conteúdo do “Globo Rural”.

Comprovamos isso ao inserir na análise as reportagens pautadas através de cartas enviadas à redação por produtores rurais. Nessas reportagens, apenas uma fonte técnica tinha voz. Mas, a todo o momento, o conteúdo proferido tinha um destinatário certo: o produtor rural interessado em aplicar a informação passada.

Com base nas informações colhidas ao longo desta dissertação, esperamos contribuir para as futuras discussões sobre a importância da comunicação rural no país, à luz de tantas transformações e ressignificações pelas quais passam o campo atualmente. Além disso, apontamos as escolhas narrativas de diversos jornalistas que trabalham em um telejornal “de rede” na maior emissora de TV aberta do país. A análise esmiuçada das reportagens revelou técnicas, escolhas e caminhos que podem ser interessante, ou pelo menos servir de inspiração, para os profissionais que estão nas redações e também se envolvem na cobertura de assuntos rurais.

Por fim, reconhecemos o relevante debate sobre a presença de elementos ficcionais no jornalismo, não como forma de “maquiar” ou inventar contextos em cima de relatos tidos como reais. E sim para tornar a narrativa mais atraente para públicos que podem não tem o hábito de assistir à programação jornalística da TV aberta. A incorporação desses elementos pode ser dar de forma automatizada, “sem planejamento” por parte do repórter, que só tem a intenção de transformar em texto as informações colhidas. E, nesse processo de transformação, aplica técnicas e formas que foram aprimoradas ao longo dos anos, seja pela formação profissional ou pelas experiências pessoais.

Independentemente de ser jornalista, escritor, autor de novela ou homem do campo. Independentemente de morar no campo ou na cidade. O ato contar uma história remete a nossa ancestralidade. E aprendemos que essa forma de transmissão de informações tão antiga quanto duradoura ainda se revela atual.

8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação da grande imprensa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

AGROBRASIL TV. Disponível em: <http://www.agrobrasiltv.com.br/index.html>. Acesso em: 25/01/2015

ARAÚJO, José Geraldo F. de. **I Seminário de Comunicação Rural**. Viçosa, MG: Intercom/Fapemig, 1994.

AUMONT, Jacques, et al. **A estética do filme**, Campinas – SP: Papirus, 3 ed, 2005.

ANDREW, J. Dudley. **As principais teorias do cinema: uma introdução**, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

BARBOSA, Marialva. **História da comunicação no Brasil**, Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

BARBOSA, Walmir Albuquerque. **A pesquisa em comunicação rural**. In: BRAGA, Geraldo Magela; KUNSCH, Margarida Maria K. (orgs.) **Comunicação rural: discurso e prática**. Viçosa, MG: Imprensa Universitária, 1993.

BARBOSA LIMA, Fernando. **Nossas Câmeras São Seus Olhos**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Narrativa Ficcional de Televisão: encontro com os temas sociais**. In: **Comunicação & Educação**, CCA-ECA-USP/Moderna, n.2 São Paulo, SP, 2003. pp. 7-16.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, edição 70, 2000.

BARTHES, Roland *et al.* **Análise estrutural da narrativa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1976

BECKER, Sabrina. **Estrutura informativa da televisão no meio rural: o caso dos programas Campo e Lavoura e Globo Rural**. Novo Hamburgo, RS: FEEVALE, 2006. Trabalho de conclusão de curso.

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema?**, São Paulo: Brasiliense, 6ed, 1984.

BOLETIM DO LEITE, nº 237, ano 21. São Paulo, SP: CEPEA/ESALQ, 2015. Disponível em: <http://cepea.esalq.usp.br/leite/boletim/237.pdf>

BOLTER, J.; HAAS, J.; FENNER, R. **Desenvolvimento rural no Brasil, quais as ações e quem as formula? Uma análise a partir das redes do estado e dos movimentos sociais**. In: Revista Ignis, v 1, nº 1, Caçador, SC: UFRGS, 2012.

BORDENAVE, Juan Diaz. **O que é comunicação rural**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

BORDENAVE, Juan Diaz. **Comunicação rural: discurso e prática.** In: BRAGA, Geraldo Magela; KUNSCH, Margarida Maria K. (orgs.) *Comunicação rural: discurso e prática.* Viçosa, MG: Imprensa Universitária, 1993.

BRANDÃO, Maria Cristina; FARIA, Paula Beatriz. **Teledramaturgia brasileira: reflexões sobre cultura zona sul e telenovelas rurais.** In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus, AM.GP Ficção Seriada.

BUCCI, EUGÊNIO. A crítica de televisão. In: BUCCI, E; KEHL, M. R. **Videologias: ensaios sobre televisão,** São Paulo, SP: Boitempo, 2004.

CÂNDIDO, ANTONIO. A personagem no romance. In: CANDIDO, A; *et al.* **A personagem de ficção,** São Paulo, SP: Perspectiva, 9ª edição, 1998.

CARNEIRO, Maria José. **Ruralidade: novas identidades em construção.** In: XXXV Congresso da Sociedade Brasileira de Sociologia e Economia Rural, 1997, Natal, RN. Anais.

COMOLLI, Jean-Luis. **Carta de Marselha sobre a auto-miseenscène.** In: Catálogo do forumdoc.bh.2001 – V Festival do filme documentário e etnográfico, Belo Horizonte, MG: Filmes de Quintal, 2001.

COSTA, Caio Túlio. **Jornalismo como representação da representação: implicações éticas no campo da produção da informação.** São Paulo, SP: Líbero, v.12, nº 23, 2009.

COUTINHO, ILUSKA. **Dramaturgia no Telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG,** Rio de Janeiro, RJ: Mauad X, 2012.

DIAS, Reinaldo. **Introdução à sociologia.** São Paulo, SP: Pearson, 2ed, 2010.

FECHINE, Yvana. **Espaço urbano, televisão, interação.** In: PRYSTHON, Angela (org.). *Imagens da cidade.* Porto Alegre: Sulina, 2006.

FERNANDES, J. S.; BELCAVELLO, F. **Cartas no Globo Rural: do tratamento televisivo às respostas científicas especializadas ao público rural.** In: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2009, Rio de Janeiro, RJ. DT Jornalismo.

FERRÉS, Joan. **Televisão Subliminar: socializando através de comunicações despercebidas.** Porto Alegre, RS: Artmed, 1998.

FILHO, João Freire (org.). **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no Mundo.** Porto Alegre, RS: Sulina, 2009.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A. T. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo, SP: Atlas, 2005.

FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da comunicação e a comunicação como objeto. In: HOHTFELDT, A; MARTINO, L. C; FRANÇA, V.V. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**, Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

FROEHLICH, José Marcos. **A (re)construção de identidades e tradições: o rural como tema e cenário**. In: VI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología Rural – ALASRU, 2002. Porto Alegre, RS. GT Diversidad Cultural Rural.

GLOBO RURAL. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/agronegocios/>. Acesso em 21/10/2015.

HALBWACHS, Maurice. **Memória Coletiva**. São Paulo, SP: Vértice, 1990.

HAMBURGUER, ESTHER. **O Brasil antenado: a sociedade da novela**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2005.

IBOPE, Instituto Brasileiro de Opinião Pública. Disponível em www.ibope.com.br. Acesso em 14/08/2014.

INTERCOM. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em <http://www.portalintercom.org.br/>. Acesso em 12/08/14.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Telenovela e direitos humanos: a narrativa de ficção como recurso comunicativo**. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba, PR. GP Teorias do Jornalismo.

[LOPES, Paulo F. de Carvalho](#). **Telenovela: o erotismo como produtor de sentidos**. In: I Coloquio Brasil-Chile, 2007, Santiago. I Coloquio Brasil-Chile, 2007

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 248 p. 2ª edição. São Paulo: Editora Senac, 2001.

MARQUES DE MELO, José. **O espaço da comunicação rural nas escolas de comunicação social**. In: BRAGA, Geraldo Magela; KUNSCH, Margarida Maria K. (orgs.) **Comunicação rural: discurso e prática**. Viçosa, MG: Imprensa Universitária, 1993.

MEMÓRIA GLOBO. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com>. Acesso em: 21/10/2013.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Teoria da notícia: as relações entre o real e o simbólico. In MOUILLAUD, Maurice. **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997. pp. 305-319.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **A análise pragmática da narrativa jornalística**. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro, RJ. Mesas Temáticas.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social** / Serge Moscovici; editado em inglês por Gerard Duveen; traduzido do inglês por Pedrinho A. Guaresch. 10. ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2012. 14ª reimpressão. 5ª edição.

PEREIRA, Paulo Antonio. **Imagens do Movimento: introduzindo ao cinema**, Petrópolis: Vozes, 1981.

PEIXOTO, Marcus. **Extensão rural no Brasil – uma abordagem histórica da legislação**. In: Consultoria Legislativa do Senado Federal. Brasília, DF, 2008.
Disponível em: http://www.senado.gov.br/conleg/textos_discussao.htm

POPPER, Karl. **A lógica da pesquisa científica**. São Paulo, Cultrix, 1993.

PROPP, Vladimir. **Morfologia do conto maravilhoso**, Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitária, 2006, 2 ed (Tradução de JasnaParavichSarhan)

RAMOS, R. **Grã-finos na Globo: cultura e merchandising na novelas**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 1986.

REIS, CARLOS; LOPES, ANA CRISTINA M. **Dicionário de Narratologia**. Coimbra, Portugal: Livraria Almedina, 2000.

RELATÓRIO DE ATIVIDADES: EMATER MG. Disponível em: <http://www.emater.mg.gov.br/doc/site/Relat%C3%B3rio%20de%20Atividades%202011.pdf>. Acesso em: 25/01/2015.

RIBEIRO, José Hamilton. **Três lezinhas da comunicação caipira**. In: BRAGA, Geraldo Magela; KUNSCH, Margarida Maria K. (orgs.) *Comunicação rural: discurso e prática*. Viçosa, MG: Imprensa Universitária, 1993.

ROSENFELD, ANATOL. *Literatura e personagem*. In: CANDIDO, A; *et al. A personagem de ficção*, São Paulo, SP: Perspectiva, 9ª edição, 1998.

SALES GOMES, PAULO EMÍLIO. *A personagem cinematográfica*. In: CANDIDO, A; *et al. A personagem de ficção*, São Paulo, SP: Perspectiva, 9ª edição, 1998.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura das mídias**, São Paulo, SP: Experimento, 1992.

SARTORI, Giovanni. **Homo videns: televisão e pós-pensamento**, Bauru, SP: EDUSC, 1997 (tradução de AntonioAngonese)

SCHNEIDER, Sérgio. **Situando o desenvolvimento rural no Brasil: o contexto e as questões em debate**. In: *Revista de Economia Política*, vol 30. São Paulo, SP: Editora 34, 2010.

SCHNORR, Júlia. **A representação do viver no campo: o estereótipo do homem e do espaço rural na televisão.** In: Cadernos de comunicação, v. 15, n° 2. Santa Maria, RS: UFSM, 2011.

SILVA, T. D. Mídia e imagem urbana: tecnologia no discurso jornalístico. In: ORLANDI, E. (Org.) **Cidade atravessada – os sentidos públicos no espaço urbano,** Campinas: Pontes, 2001.

SISTEMA BRASILEIRO DE AGRONEGÓCIO. Disponível em: <http://www.sba1.com/>. Acesso em: 25/01/2015.

SOUZA, Daniela Rodrigues de. **Comunicação rural e difusionismo: uma análise sobre o jornal do campo.** Goiás, GO: UFG, 2008.

TÁVOLA, Artur da. **A liberdade do ver: televisão em leitura crítica,** Rio de Janeiro, RJ; Nova Fronteira, 1984.

TOLENTINO, Célia Aparecida Ferreira. **O rural no cinema brasileiro.** São Paulo, SP: Editora UNESP, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, volume 1: porque as notícias são como são,** Florianópolis, SC: Insular, 2004.

VANOYE, Francis; GALIOT-LÉTÉ, Anne. **Ensaio sobre a análise fílmica,** 2ed, Campinas, São Paulo: Papyrus, 1994.

XAVIER, Ismail. **O Discurso cinematográfico – a opacidade e a transparência,** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.