



Séries de reportagem em televisão: Reflexão sobre um possível Telejornalismo interpretativo¹

Iluska Coutinho – Facom/UFJF²

Resumo:

Este trabalho apresenta uma reflexão sobre as séries de reportagem em televisão, recurso utilizado com cada vez mais frequência pelos telejornais brasileiros. A proposta é analisar as características deste tipo de narrativa como alternativa possível para a prática de um telejornalismo interpretativo que, em tese, seria improvável nos modelos ou padrões noticiosos adotados na TV. Na linha dos estudos de Comunicação para o Desenvolvimento, reflete-se sobre o telejornal como um serviço público, que teria uma responsabilidade a cumprir com o destinatário de suas mensagens. São analisadas as possibilidades do jornalismo interpretativo em um veículo no qual as mensagens tenderiam a serialidade.

Palavras-Chave: Telejornalismo; Formato; Narrativa; Informação; Edição.

Forma de comunicação de grande relevância no Brasil, onde se converteu na nova praça pública³, e seu consumo seria uma forma possível de contato entre diferentes classes sociais e culturais, o telejornalismo tem sido objeto de uma série de pesquisas científicas, livros e, por outro lado, também tema das conversas cotidianas. Nesses discursos é comum perceber assertivas absolutas, entre elas uma do domínio do senso comum que estabelece o jornalismo em TV uma espécie de “condenação última”, ao definir que a televisão é um meio de comunicação destinado, exclusivamente, ao entretenimento.

Nessa linha haveria ainda uma suposta relação direta entre o empobrecimento cultural da população, notadamente a brasileira, e o aumento do acesso ao aparelho de televisão e das horas de exposição ao veículo. Há inclusive estudos que se dedicaram à quantificação do número de palavras, reduzido, que seria utilizado ao longo da programação de TV; vínculo estabelecido prontamente com a redução do vocabulário médio do cidadão-telespectador.

¹ Trabalho apresentado no NP Jornalismo do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Iluska Coutinho é mestre em Comunicação e Cultura (UnB) e doutora em Comunicação Social (Umesp), com estágio doutoral na Columbia University (CUNYC). Professora do PPGCOM, docente e chefe do departamento de Jornalismo da Facom/UFJF. Líder do grupo de pesquisa Comunicação, Identidade e Cidadania (CNPq) realiza pesquisas sobre telejornalismo. Iluskac@uol.com.br

³ Telejornalismo: a nova praça pública é o título de um livro editado pela Insular (2006) com artigos produzidos por integrantes da Rede de Pesquisa em Telejornalismo (SBPJor).



Mas, para além das críticas, também recebidas com frequência por este tipo de programa televisivo, é inegável admitir a importância que os telejornais assumem numa sociedade como a brasileira, em que para uma significativa parcela da população eles se constituem na única forma de acesso diário às notícias. O telejornal “é o lugar em que os grandes temas nacionais ganham visibilidade, convertendo o exercício de publicização dos fatos como a possibilidade prática da democracia” (Vizeu, 2008, p.7), avalia o organizador da obra “A sociedade do telejornalismo”⁴.

A proposta desse trabalho é refletir sobre um produto jornalístico cada vez mais presente, em diferentes horários, e que é veiculado atualmente por todas as redes de TV abertas no Brasil: as séries de reportagem inseridas nos telejornais. Apesar disso, ao contrário da fragmentação que seria uma das marcas dos telejornais, a reflexão acadêmica sobre o tema precisa levar em conta as características da notícia na TV e mesmo as particularidades da televisão como meio de comunicação.

Na tentativa de construir um modelo teórico para estudar a televisão, Dominique Wolton chama a atenção para as “resistências” que o veículo encontra no âmbito da academia. O autor chama a atenção para a dificuldade de refletir sobre a televisão “(...)objeto onipresente mas inapreensível, fonte de esperanças e de decepções, instrumento de liberdade constantemente embaraçado nos debates políticos, é uma incitação permanente aos discursos ideológicos” (Wolton, 1996, p.81).

Em sua análise o autor destaca dois discursos que se alternam nos estudos e debates envolvendo a questão da televisão e seu impacto na sociedade: a ideologia técnica e a ideologia política. A primeira diz respeito às possibilidades do veículo, simplificando os problemas sociais e teria sido a versão a servir de base para a famosa afirmativa de McLuhan de que “o meio é a mensagem”, enquanto a visão política daria ênfase a questão da mensagem transmitida, da crítica aos conteúdos veiculados ou não exibidos.

A proposta desse artigo seria uma tentativa de aliar as duas dimensões destacadas por Wolton na análise das potencialidades informativas das séries de reportagens. Em outras palavras busca-se identificar nesse formato particular de edição presente no telejornalismo brasileiro, espaços para sua utilização em uma perspectiva de ampliação de aumento do conhecimento do que é público, e por consequência, de uma

⁴ Organizado por Alfredo Vizeu o livro reúne trabalhos de João Carlos Correia, Sean Hagen, Flávio Porcello, Aline Grego, Iluska Coutinho e Yvana Fechine.



conscientização política, atendendo às premissas tanto dos que se filiam à chamada ideologia política, quanto à técnica.

Ao analisar a televisão, e os telejornais, simultaneamente como um produto e um bem social, Morán (1986) destaca fatores estruturais, conjunturais e industriais que interferem na escolha das notícias. Para ele os acontecimentos que interessam à televisão, e que teriam maior probabilidade portanto de se converter em notícia, seriam aqueles que se afastam da norma e/ou que se situam para além dela. Os fatos inesperados, especialmente aqueles que ocorrem no “tempo presente”, também teriam os atributos de uma notícia televisiva. A duração da notícia, o tempo de emissão, o grau de ilustração e o uso de efeitos, musicais ou gráficos, também denotariam a importância de um fato exibido nos telejornais.

Na tentativa de definir o que seria uma notícia televisiva, Calabrese e Volli recorrem à combinação relevo, relevância e narração. Eles criticam a visão ingênua que busca traduzir a notícia em TV como um “espelho da realidade” na medida em que a informação na televisão, mais que um registro ou ilustração de um fato, seria sua representação na linguagem televisiva.

Fruto de uma forte seleção, a dimensão da notícia televisiva é limitada por exigência de tempo, espaço a ser ocupado no fluxo audiovisual. Assim, cada notícia em TV deveria ser oferecida em pacotes informativos com cerca de 90 segundos (um minuto e meio), sendo possível a ampliação desses limites em casos excepcionais, ou de excepcional interesse e atração da audiência.

Para Calabrese e Volli, a informação jornalística na televisão é constituída por fragmentos da realidade, cuja lógica de montagem seria definida pela organização de um texto com características que remetem à oralidade. Para se constituir em um desses fragmentos, um fato deveria ser marcado por uma forte unicidade, ou ser componente de uma grande narrativa, ter impacto passional muito forte ou ainda ser apresentado de forma muito espetacular, parâmetros que definiriam os quatro critérios de noticiabilidade em televisão.

(...) a notícia televisiva é um elemento bastante variável. Não se trata de uma variabilidade apenas formal: do tipo do discurso onde se insere, da sua colocação numa escala, do tom e do ritmo como é pronunciada, do suporte da imagem, o mesmo fato que determina sua unidade também assume valores e características diferentes. Dizemos tudo, para depois negar uma interpretação muito desviante da informação: de que se entende a notícia como um espelho objetivo da realidade (...) interpretar a notícia como simples reflexo do mundo real significa idealizar o concreto, tratá-lo de modo



abstrato, senão mitifica-lo completamente.” (CALABRESE& VOLLI, 2001, p.189).

No Brasil, é especialmente a partir da década de 1970 que a forma de encadeamento das notícias, na televisão, passa a contar com a figura de um apresentador do telejornal, espécie de mestre-de-cerimônias que conduziria os telespectadores às informações oferecidas no programa. E se os apresentadores dos noticiários passam a ocupar um papel de destaque na caracterização da notícia televisiva, o mesmo ocorre com os repórteres de TV:

O jornalista de televisão não só confirma no vídeo que está no local em que ocorrem os fatos, como também toma parte da ação que se desenrola e de uma certa maneira convida o telespectador a acompanhá-lo e ser, como ele, uma espécie de testemunha, a participar de forma plena do acontecimento noticiado. Em função disso, em primeiro lugar, também é muito importante a imagem que o jornalista de televisão transmite de si mesmo para o público. (ROGLÁN & EQUIZA, 1996, p.61).

Segundo os autores, a expectativa dos telespectadores, de quem tem contato com as informações jornalísticas por meio da TV, é exatamente essa; ao se expor ao fluxo televisivo, desejariam, deveriam e poderiam se sentir testemunhas diretas do fato noticiado. Ao jornalista de televisão caberia o papel de mediador, enquanto a câmera se converteria nos olhos do telespectador, o “olho eletrônico” de McLuhan.

A existência de uma dramaturgia do telejornalismo brasileiro (Coutinho, 2003) seria favorecida por uma tendência intrínseca ao veículo, à sua forma de ordenamento das informações: a serialidade. Para Cádima “(...)uma aproximação analítica, histórico-cultural, da informação televisiva levar-nos-á a considerá-la essencialmente na sua dimensão predominante, (...) na retórica política, hierarquizada e serial que daí emerge.” (CÁDIMA, 1995, 131). Segundo o autor, na TV a informação seria tratada não pela pertinência ou pela singularidade do assunto, mas pelo efeito de série, que contagiou de fato o *medium*. Organizado segundo a lógica da televisão, o telejornalismo tenderia a uma estrutura que enfatiza o caráter espetacular da realidade, que cada vez com mais frequência é apresentada em capítulos.

O formato série de reportagem, para utilizar o termo com que os apresentadores dos telejornais da Rede Globo⁵ anunciam este tipo de material jornalístico, se aproximaria de uma espécie de novela informativa, em que cada capítulo possibilitaria o

⁵ Na verdade não apenas dessa emissora, destacada aqui pelo fato da série de reportagem de que tratamos neste artigo ter sido exibida no Jornal Nacional, programa veiculado no horário nobre global.



aprofundamento de um tema ou aspecto da realidade retratado na TV. Esse é o caso do conjunto de reportagens exibidas em 2004 no Jornal Nacional sobre as festas realizadas em homenagem aos três santos católicos do mês de junho (Santo Antônio, São João e São Pedro).

Na série de reportagens exibida pelo Jornal Nacional a *Identidade Brasil* é popular, anônima e com sotaque, nordestino como o de milhares de migrantes que um dia partiram em busca do sucesso no sudeste e que hoje constituem um público a conquistar entre os telespectadores de São Paulo. E se as festas juninas do Nordeste mereceram quase vinte e um minutos de edição do Jornal Nacional ao longo da semana, no telejornal veiculado na maior cidade da América Latina, a TV Globo São Paulo conta com um repórter-personagem, Márcio Canuto, um nordestino que não abre mão de seu sotaque. (Coutinho, 2004).

Aliás os festejos juninos, com toda sua relevância simbólica, foram merecedores de uma nova série no programa em 2008, agora com 12 reportagens, veiculadas ao longo de uma semana completa⁶.

Para além das aproximações no ritual de exibição com outro gênero televisivo campeão de audiência no Brasil, as telenovelas, a apresentação de reportagens em série poderia se constituir em alternativa para as limitações do espaço-tempo televisivo. Em outras palavras, o formato série de reportagem televisiva poderia ser uma possibilidade para a prática de um telejornalismo interpretativo, na medida em que o tempo total de exibição dos capítulos seria uma forma de buscar o aprofundamento em narrativas que, pela sua brevidade, seriam de acordo com muitos superficiais.

Jornalismo interpretativo na TV: uma releitura da proposta desenvolvimentista

Luiz Beltrão é autor do trabalho de referência sobre Jornalismo Interpretativo no Brasil. Considerado por Marques de Melo como pioneiro e “(...) grande incentivador da orientação técnico-editorial para os cursos de jornalismo” (2006, p.25), ele caracteriza o jornalismo interpretativo como resultado de um trabalho de grupo coordenado, de forma a oferecer ao cidadão a informação em toda a sua integridade. “Jornalismo interpretativo entendido como a informação que sem opinar, coloca diante da massa o quadro complexo da situação da atualidade” (Beltrão, 1975, p.50).

⁶ A exibição da série começou em 23 de junho, véspera do dia de São João, e apresentou a cada dia duas reportagens, sempre de localidades distintas. Campina Grande, Aracajú, Mossoró, São Luiz, Parintins, Caruaru, Pirapora, foram algumas das cidades que estiveram em cena na série de reportagens veiculada em 2008 e disponível em <http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0,,LS0-15457-59743,00.html>.



Apesar da referência ao termo massa Luiz Beltrão recusa a compreensão do receptor como um tipo padrão, “alienado e servil”. Para o autor a exigência de produção jornalística interpretativa, informação em quantidade e qualidade de forma a propiciar ao receptor a capacidade de interpretação da realidade seria uma prova “(...) da queda da última barreira oposto à plenitude da comunicação” (Beltrão, 1975, p.51). É importante ressaltar que o tempo e espaço como barreiras já vencidas, na análise do autor, se aplicam aos fazeres jornalísticos na mídia impressa. Não por acaso Beltrão considera a imprensa como meio preferencial para a adoção do jornalismo interpretativo.

No caso da televisão os limites para o tempo de produção/ veiculação de uma reportagem ainda se constituiriam em complicadores para um espaço mais próximo do jornalismo interpretativo. Nessa perspectiva, a reflexão proposta nesse artigo é a de avaliar em que medida as ampliações operadas ao veicular uma série de reportagens, com um tempo total significativo se somados os capítulos, se aproximariam das dimensões extensiva e intensiva implicadas no fazer jornalismo interpretativo para Beltrão (1976).

Certo é que a proposta do jornalismo interpretativo, seja em mídia impressa ou televisiva, envolve a crença na participação dos meios de comunicação de massa em um processo de caráter mais formativo, capaz de autonomizar o público. Este, ao entrar em contato com as mensagens do jornalismo interpretativo, poderia interpretar a realidade e sobretudo agir sobre ela, de forma a buscar sua melhoria. É nesse sentido que acredita-se que o telejornalismo interpretativo poderia representar uma releitura da proposta de comunicação para o desenvolvimento.

Com estudos que tiveram seu auge nos anos 60, a proposta desenvolvimentista, aplicada à comunicação, deu origem a uma espécie de sub-área nos estudos dos veículos, e de suas relações com a sociedade. A sub-área Comunicação para o Desenvolvimento poderia ser definida como um espaço para a realização de estudos que investigavam e/ou relacionavam a existência de veículos de comunicação de massa com o processo de desenvolvimento de determinado país e/ou região. Interessava a estudiosos como Daniel Lerner e Wilbur Schramm, cujas pesquisas estão relacionadas a história dessa sub-área, investigar o poder dos media no processo de desenvolvimento nacional.

Assim em termos mundiais essa sub-área de estudos é “atravessada” por temáticas como: modernização, difusão de modelos/ saberes, comunicação internacional, subdesenvolvimento. O enfoque, sempre, se refere ao papel e /ou impacto



dos meios de comunicação de massa em processos que algumas vezes tem enfoque econômico e noutras do chamado desenvolvimento social positivo.

No Brasil, um país “em desenvolvimento”, ao contrário do que possa parecer é difícil evidenciar a existência de uma sub-área definida dessa forma. Os estudos aqui têm privilegiado a perspectiva da Comunicação Rural, muitas vezes sob o enfoque da utilização dos meios de comunicação de massa para difusão de conhecimento e cultura. Outro corte também poderia ser estabelecido na sub-área Comunicação e Educação. Talvez por se tratar de um país em que o sistema educacional ainda careça de desenvolvimento, e consolidação, em que as ações de educação são vistas especialmente como ações de desenvolvimento social, é comum encontrarmos em programas, revistas, grupos de trabalho de Comunicação e Educação, estudos que tem como objeto exatamente a relação entre comunicação e/ou media e desenvolvimento, tal como estabelecida nas premissas da sub-área aqui destacada.

É exatamente a premissa do “poder dos media” que permanece nos estudos durante quase duas décadas após o estudo de Lerner (58), considerado em um artigo de Fair e Shah (1997) o trabalho fundador da sub-área Comunicação e Desenvolvimento. Em 1976, influenciado pelos trabalhos críticos dos meios de comunicação de massa desenvolvidos nas escolas latinas, Rogers faz uma revisão crítica do paradigma desenvolvimentista e relativiza o efeito dos media nos processos de mudança, modernização.

Com o final da Guerra Fria os estudos nessa área sofrem nova re-orientação. Se as primeiras pesquisas se ocupavam do papel da comunicação em processos macro-sociais, nas últimas décadas o enfoque tem sido a influência dos media em âmbitos mais delimitados. Segundo Fair há uma aproximação entre uma emergência da sub-área Comunicação e Participação, que agregaria a perspectiva do Desenvolvimento. Nos últimos anos, e especialmente a partir de 87 as pesquisas nessa sub-área têm usado como perspectiva teórica a questão do desenvolvimento participativo.

No que diz respeito ao desenvolvimento dos veículos de comunicação, em termos históricos, é possível localizar a emergência dos estudos de Comunicação e Desenvolvimento no período de consolidação dos meios audiovisuais, rádio e televisão. A televisão, que chega ao Brasil em 1950 via Chateaubriand/ Diários Associados em meio exatamente à esse enfoque desenvolvimentista, está na sua fase de instalação na maioria dos países. Vale lembrar que embora a primeira transmissão pública de TV seja datada de 1936, na Inglaterra, é apenas na década de 60 que o veículo passa a ser



utilizado em uma perspectiva mais profissional, com o surgimento do vídeo-tape e da possibilidade de transmissão via satélite.

Poderíamos dizer que a sub-área Comunicação e Desenvolvimento se institui a medida em que se consolidavam as formas de transmissão de imagens e sons pelo espectro radioelétrico. Em um trocadilho poderíamos dizer que seria como se fosse possível difundir modernização via ondas hertzianas. Um desses índices é o documento da UNESCO de 1961 que define os padrões de desenvolvimento. Através deles se especifica o número de jornais, aparelhos de rádio e tv e assentos de cinema como indicativos que um país precisa alcançar para atingir um certo estágio de desenvolvimento.

Apesar desses parâmetros definidores do desenvolvimento, para a maioria dos trabalhos produzidos à luz do paradigma crítico, a televisão sempre foi vista como instrumento de “repetição” pura e simples. Sob uma perspectiva maniqueísta o veículo nunca foi analisado segundo suas possibilidades de estimular de mudanças sociais, como instrumento a ser utilizado num processo de desenvolvimento ou de forma mais específica, de educação.

De acordo com essa abordagem os telejornais são com frequência criticados pela superficialidade de suas emissões, pela maneira espetacularizada de transmitir informações, que estaria em direção oposta a um trabalho de caráter mais formativo, com vistas ao desenvolvimento social. Apesar dessas (re)conhecidas críticas, a proposta aqui é refletir sobre a possibilidade de informação de maneira mais aprofundada, e plena, ainda que veiculada em série, de acordo com alguns atributos desse veículo. Afinal uma mensagem informativa, como já alertava McLuhan, tem características que são intrínsecas ao meio no qual é veiculada.

Também na perspectiva de novos usos possíveis dos meios de comunicação, apesar das críticas à sua fragmentação e espetacularização, as emissões televisivas – entre as quais se incluem os telejornais - recentemente têm sido alvo de demandas, quer seja da sociedade civil organizada, das instituições públicas ou dos críticos. É como se agora, entre um intervalo comercial e outro, o veículo tivesse readquirido seu papel, dentro dos moldes da proposta desenvolvimentista.

Nos telejornais as matérias de cunho educativo, algumas vezes ancoradas em fatos recentes, mas não necessariamente, têm recebido lugar de destaque. Os chamados *fait-divers* parecem estar sendo revistos, com a adição de características que permitam a “transmissão”, para usar uma terminologia que no âmbito dos estudos de comunicação



remonta ao surgimento da proposta desenvolvimentista, de valores ligados à saúde, vida em sociedade, não-preconceito.

Nesse processo um elemento importante é a utilização do recurso das reportagens seriadas, que a cada dia ocupam mais espaço nos telejornais brasileiros. As grandes matérias, antes restritas ao Globo Repórter, aos poucos ganham a cena diária dos telejornais, embora “divididas” em capítulos. Inicialmente a utilização desses recursos estava restrita a matérias investigativas e a produções capazes de elevar a audiência da emissora⁷, seja pelos riscos ou custos envolvidos em sua realização. Nos últimos anos, a serialização de reportagens se popularizou entre diferentes emissoras de TV aberta e alcançou assuntos que costumavam ser negligenciados no noticiário televisivo, como a questão político-eleitoral, para citar um exemplo atual⁸.

Séries de reportagem no telejornalismo: um formato em direção à interpretação

Recuperando a perspectiva de análise inicial, em que medida as séries de reportagem veiculadas nos telejornais poderiam ser compreendidas como produtos de jornalismo interpretativo, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade brasileira? A resposta talvez possa ser buscada exatamente a partir daquele que, de acordo com a premissa de Beltrão (1976), deveria ser capaz de realizar a interpretação do mundo ao receber as emissões jornalísticas, o cidadão. Assim, para que esse formato de apresentação de informação noticiosa seriada possa ser considerado um modelo possível para a prática do jornalismo interpretativo em TV é preciso incluir nessa equação o público, o destinatário da mensagem televisual.

Ainda que as pesquisas de recepção tenham avançado nos últimos anos, com o desenvolvimento pelas emissoras de TV de departamentos de pesquisa próprios ou ainda com a formalização de parcerias com institutos e órgãos de investigação, no que se refere ao telejornalismo, o público dos telejornais permanece ainda como uma audiência apenas presumida (Vizeu, 2005). Não se trata é claro da audiência traduzida em números, ainda que estratificada por sexo, faixa etária e classe social. De acordo

⁷ Uma informação divulgada no dia 11 de junho de 2008 em blog da TV Record associa a veiculação de uma série de reportagem ao aumento da audiência do telejornal da emissora, que teria atingido 17 pontos: “Além das principais notícias do Brasil e do mundo, o Jornal da Record apresentou o segundo episódio da nova série de reportagens especiais: “Saúde Pública: salve-se quem puder”. Disponível em <http://tvrecord.blogspot.com/2008/06/jornal-da-record-registra-17-pontos-com.html>. Acesso 04/07/2008.

⁸ A série Desejos do Brasil, veiculada em 2006 no Jornal Nacional, foi apresentada pela TV Globo como um diferencial na cobertura da campanha presidencial daquele ano. O projeto incluiu a participação do jornalista Pedro Bial, também apresentador do Big Brother Brasil, e foi posteriormente convertida em um produto da Globo Marcas: Caravana Jornal Nacional DVD 1 e Caravana Jornal Nacional DVD 2.



com Eneida Nogueira, diretora de pesquisa da Rede Globo, durante palestra realizada no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Santos, 2007), no Brasil o Ibope é administrado por um comitê, auditado pela empresa Ernst & Young, e tem como usuárias as emissoras de TV e as agências de publicidade e propaganda. Apesar disso a responsável pela coleta e interpretação das pesquisas relacionadas aos produtos da Rede Globo admite: “Todo dado de audiência é quantitativo, e a gente tem que trabalhar com a intuição”.

Quando os dados quantitativos indicam problemas no desempenho de algum programa, traduzido na queda em seu percentual de audiência, são realizadas pesquisas diferenciadas, qualitativas. Entretanto esse tipo de investigação tem como foco mais freqüente as produções de ficção televisiva seriada ou ainda programas pertencentes à categoria entretenimento. No que se refere ao telejornalismo, apesar da existência de dados sobre quais seriam as áreas de maior interesse dos públicos masculino e feminino⁹, a imagem do telespectador é construída especialmente por meio dos elementos que caracterizam a cultura profissional dos (tele)jornalistas. Apesar disso, de acordo com Alfredo Vizeu (2005), a imagem da audiência vai ter implicações em todo o processo de produção da notícia em TV.

O mesmo autor, ao estudar o telejornalismo brasileiro, destaca sua função didática. É exatamente esse tipo de preocupação que parece emergir da visão que o editor chefe do Jornal Nacional, William Bonner, constrói de seu telespectador:

(...)é um público que tem grandes dificuldades de entender temas complexos, grande dificuldade de abstração para temas que exigem abstração, para macroeconomia, por exemplo. Então, nesses momentos, temos de triplicar a atenção e traduzir as coisas aparentemente simples (Bonner apud Travancas, 2007, p.132).

A necessidade de tradução, apontada pelo editor chefe estaria em descompasso com a ausência de tempo para aprofundamento no telejornalismo, tradicionalmente objeto de críticas como já foi abordado nesse texto. É nesse sentido que o formato das séries de reportagem surgiria como alternativa possível para a prática de um telejornalismo que fosse capaz de oferecer informação com aprofundamento e contexto, permitindo ao seu público o exercício efetivo de síntese, e interpretação da realidade.

⁹ Ainda de acordo com informações cedidas pela diretora de pesquisas da Rede Globo, Eneida Nogueira, em palestra realizada durante o XXX Congresso Intercom (Santos, 2007), para o público do JN o tema de maior interesse seria Saúde, seguido por Cultura (mulheres) e Esporte (homens). Por outro lado Política e Economia Internacional seriam áreas de baixa atração, especialmente pela dificuldade de conhecimento prévio.



Atualmente todas as redes nacionais de televisão, com menor ou maior espaço dedicado ao telejornalismo em sua programação, tem se utilizado desse tipo de formato em série que possibilitaria em tese o aprofundamento de uma temática no noticiário televisivo ou por outro lado a ampliação dos enquadramentos, do mundo mostrado por meio da tela. No caso da Rede Globo, por exemplo, as séries de reportagem se constituem em um produto jornalístico também para além das emissões regulares dos telejornais, já que é possível acessá-las na web¹⁰, a partir das páginas dos programas, e ainda em alguns casos, como da série Desejos do Brasil, por meio de sua compra em bancas de revista¹¹.

Para além de se potencializar o tempo de exibição, ampliado por meio da divisão da narrativa em capítulo, com a serialização das informações haveria uma maior adaptação destas às características da televisão como mídia. Consumidas em capítulos as reportagens seriam acompanhadas e aguardadas pelos telespectadores, aproximando-se de um consumo televisivo que já está incorporada ao seu cotidiano.

No que se refere ao tempo e dinâmicas da produção noticiosa em TV, a divisão da cobertura de um tema em blocos reportagem possibilitaria maior agilidade, tanto na captação quanto na edição das informações, uma vez que poderia ser utilizada mais de uma equipe de externa. No caso das redes de televisão, a divisão da produção em externa e edição também possibilitaria uma ampliação do raio de cobertura, na medida em que repórteres de diferentes praças poderiam participar da narrativa em série, o que contribuiria para a descentralização da produção. Além de ser uma estratégia de produção mais ágil e barata, uma vez que os custos de deslocamento poderiam ser reduzidos, esse formato de produção em diferentes localidades aumentaria em tese as chances de identificação do público brasileiro, diverso, mas unificado como destinatário por meio da edição e apresentação da série de reportagens em telejornais que se anunciam nacionais.

¹⁰ Nos site do Jornal Nacional (<http://jornalnacional.globo.com>) há o link Séries no menu; nos sites do Jornal da Globo (<http://jg.globo.com>) e Jornal Hoje (<http://jornalhoje.globo.com>) o link se dá via Reportagens Especiais e no site do Bom Dia Brasil (<http://bomdiabrasil.globo.com>) o caminho virtual passa pelas Especiais.

¹¹ Antes dos DVD's Caravana do Jornal Nacional, vendidos junto a uma revista própria em bancas de revista, o DVD duplo Jornal Nacional: 35 anos de história (2004) também trazia como conteúdo 14 séries especiais, com 63 reportagens veiculadas no programa. Na produção mais recente, de 2007, os DVD's foram vendidos em duas edições, e associavam as matérias produzidas ao longo dos 56 dias da série à depoimentos dos profissionais. Nas duas capas, como uma espécie de legenda para as fotos de Pedro Bial era possível ler uma espécie de marca de distinção: Grandes Momentos do Jornalismo da TV Globo.



Em função disso há séries de reportagens cuja presença se torna recorrente nos telejornais. Além daquelas que retornam por sua presença sazonal, como a sobre os festejos juninos anteriormente abordada, há outras cuja temática representa uma aposta editorial do telejornal.

(...) a gente criou algumas séries que não se esgotam nelas próprias, tipo “Brasil Bonito”. Uma série voltada para ações de voluntariado, que entra de vez em quando. Foram três reportagens iniciais, premiadas pela Embratel. Mas a idéia é de que entre no ar de tempo em tempos, com algum material que se encaixe com a vinheta Brasil Bonito. Essa iniciativa ganhou prêmio da Unesco. (Bonner apud Travancas, 2007, p.130).

É importante considerar aqui que a própria existência de uma vinheta já denota a importância atribuída ao tema pela emissora, na edição do telejornal. Isso porque a criação de uma vinheta envolve outros setores da emissora, como o departamento de arte, que é acionado pelos editores do telejornal que utilizará a marca, desenvolvida a partir de uma descrição do caráter da cobertura, emoção que se pretende destacar.

Vale destacar também o caráter positivo do conjunto de reportagens em que, com diferentes ritmos e sotaques, há uma mensagem de esperança, concretizada no caso do aumento no número de empregos. São exemplos de um “Brasil Bonito”, construído/reforçado via série de reportagens do Jornal Nacional. Convertida em uma espécie de quadro eventual do programa, esse tipo de mensagem é veiculada sempre que há uma matéria jornalística que mostre exemplos “de um Brasil que dá certo”, como anunciam sorridentes os apresentadores.

Outro exemplo de série de reportagens em que há uma espécie de regularidade na veiculação do telejornal é “Identidade Brasil”, exibida pela primeira vez em fevereiro de 2004. No site do programa é possível visualizar três séries de reportagem com a temática “Identidade Brasil”, a última veiculada de 27 a 30 de dezembro de 2005, mas há casos de utilização da vinheta em reportagens isoladas que não puderam ser contabilizadas.

Também no site do programa, modificado recentemente com direito à chamada com link no portal Globo.com, há um espaço dedicado à apresentar os bastidores desse tipo de produção, o JN Especial: “Reportagem especial merece tratamento especial. Por isso, você encontra aqui - e só aqui - informações exclusivas das grandes produções do Jornal Nacional. Seja bem-vindo!” (JN Especial, 2008). Em formato de blog esse espaço permite um processo de aproximação dos telespectadores em duas direções; os emissores tornam-se mais próximos de um relato autoral, quase em tom confessional, já



os espectadores-internautas (há acesso ao vídeo de algumas séries também no blog) podem enviar suas impressões, elogios, insinuar um diálogo virtual, com a abertura de um espaço no site para sua interpretação, da reportagem.

Em síntese, tanto pela logística de produção quanto pelo formato de veiculação, as séries de reportagem televisivas parecem se constituir como um lugar de emissão legitimado no âmbito do telejornalismo, e para o exercício de um telejornalismo interpretativo. Afinal, segundo o editor-chefe do Jornal Nacional, como concessão pública as emissoras têm a obrigação de cumprir uma função jornalística, já que “o cidadão exerce sua cidadania com informação”. E, se o tempo para ter acesso a conhecimentos ofertados via telejornalismo que contribuam para a formação do cidadão parece ser muito extenso para o padrão diário de exibição, a saída talvez possa ser a utilização de série de reportagens, a veiculação de novelas informativas em horário nobre.

Referências

- BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo interpretativo*. Porto Alegre: Sulina, 1976.
- BONNER, William. *O Jornal Nacional na visão de seus editores*. Rio de Janeiro, dezembro de 2001. Entrevista concedida a Iluska Coutinho.
- CÁDIMA, Francisco Rui. *O fenómeno televisivo*. Lisboa: Círculo de Leitores, 1995.
- CALABRESE, Omar & VOLLI, Ugo. *I telegiornali: istruzioni per l'uso*. Roma: Gius. Lateza & Figli Spa. 2ª edição, 2001.
- COUTINHO, Iluska. *Dramaturgia do telejornalismo brasileira: a estrutura narrativa da notícia na televisão*. Tese de Doutorado. São Bernardo do Campo. Universidade Metodista de São Paulo. 2003
- _____. As festas juninas em quatro capítulos: uma reflexão sobre as séries de reportagem em televisão. Anais do Congresso da Alaic 2004. La Plata: Argentina, 2004. CDRom.
- FAIR, JO ELLEN & SHAW, HEMANT. *Continuities and discontinuities in communication and development research since 1958*. in Journal of Internacional Communication, vol.4, nº2. Sydney: IAMCR, 1997. pp 3-23
- FERREIRA, Giovandro Marcus. *Apontamentos sobre as propriedades do campo de produção jornalístico*. Mimeo: Vitória, 1999.
- GLEISER, Luiz. *Além da notícia: o Jornal Nacional e a televisão brasileira*. Dissertação de Mestrado em Comunicação. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 1983.
- JORNAL NACIONAL. Disponível em <http://jornalnacional.globo.com>. Acesso: 30/06/2008.
- LERNER, DANIEL & WILBUR SCHRAMM (org.). *Comunicação e mudança nos países em desenvolvimento*. São Paulo: Melhoramentos, 1973



- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *O adiantado da hora – a influência norte-americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991. p 155
- MARQUES DE MELO, José. *Teoria do jornalismo: Identidades brasileiras*. São Paulo: Paulus, 2006.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.
- _____ & GERMAN, Rey, *Os Exercícios do Ver: Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva*. São Paulo: SENAC, 2001.
- MORÁN, José Manuel. *A informação na televisão: critérios editoriais*. In Revista Comunicação e Sociedade. N.º 14, 1986. São Bernardo do Campo: Umesp.
- MOTA, Célia Ladeira; PORCELLO, Flávio & VIZEU, Alfredo (Orgs). *Telejornalismo: A nova praça pública*. Florianópolis: Insular, 2006.
- PUENTE, Soledad. *Televisión: el drama hecho noticia*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile, 1997.
- REIMÃO, Sandra (org.) *Televisão na América Latina: 7 estudos*. S.B. do Campo: Umesp, 2000.
- ROGLÁN, Manuel & EQUIZA, Pilar. *Televisión y lenguaje: aportaciones para la configuración de un nuevo lenguaje periodístico*. Barcelona: Ariel, 1996.
- SILVERSTONE, Roger. *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 1994.
- SODRÉ, Muniz. *A comunicação do grotesco*. Petrópolis: Vozes, 1988. p 88
- _____ *A Máquina de Narciso*. Rio de Janeiro: Atlas, 1985. p 112
- TRAVANCAS, Isabel. *Entrevista com William Bonner, editor-chefe do Jornal Nacional in Juventude e Televisão*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- VIZEU, Alfredo. *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2005.
- _____ (Org). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- WOLF, Mauro. *Generi e mass media*. In BARLOZZETTI, Guido. *Il Palinsesto*. Milano: Franco Angeli, 1986.
- WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público - uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1996.