



Comunicação Midiática

Revista Comunicação Midiática

ISSN: 2236-8000

v. 13, n. 1, p. 34-49, jan./abr. 2018

Entrevistadores e entrevistados em cena: a negação do 'outro'¹

Entrevistadores y entrevistados en escena: la negación del 'otro'

Interviewers and interviewees on the scene: the denial of the 'other'

Vânia Maria Torres Costa

Doutora em Comunicação (UFF), Mestre em Planejamento do Desenvolvimento (NAEA-UFPA), Jornalista. Professora e vice coordenadora da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará (UFPA). vaniatorrescosta@gmail.com

RESUMO

Este artigo reflete sobre a relação entre entrevistador jornalista e ‘personagem’ entrevistado, como lugar de produção de discursos e de relações sociais que encenam ideais de verdade e credibilidade no telejornalismo exibido em rede nacional. Pretende-se pensar o discurso como prática social, a partir de Norman Fairclough, observando essa interação como geradora do texto audiovisual. Extraíndo algumas entrevistas de séries televisivas de reportagens produzidas pela Rede Globo de Televisão sobre a Amazônia, pretende-se problematizar relações de poder instauradas nesse diálogo entre os jornalistas originários do Sudeste e sujeitos amazônicos que habitam lugares distantes das capitais, escolhidos para representar identidades amazônicas.

Palavras-chave: Telejornalismo; Rede Globo; Entrevista; Amazônia; Discurso.

RESUMEN

En este artículo se reflexiona sobre la relación entre el periodista entrevistador y carácter entrevistado como un lugar de producción de los discursos y de las relaciones sociales que representan ideales de la verdad y de la credibilidad en las noticias de la televisión nacional. Se tiene la intención de pensar en el discurso como práctica social, basado en Norman Fairclough, observando esta interacción como la generación de texto audiovisual. De algunas de las entrevistas de series de televisión de los informes producidos por Globo TV en Amazon, tenemos la intención de analizar las relaciones de poder en diálogo entre periodistas originarios de Sudeste y sujetos amazónicos que viven lejos de las capitales, elegidos para representar las identidades de la Amazonia .

Palabras clave: Telejournalism; Globo; Entrevista; Amazon; Discurso.

ABSTRACT

This article discusses the relation between the journalist interviewer and the ‘character’ to be interviewed, as a place for production of speeches and social relations that offer ideals of truth and credibility on the TV news broadcasted in national television. It is intended to think about the speech as a social practice, based on the concepts by Norman Fairclough observing this interaction as the creator of the audiovisual text. Using some interviews from series of TV reports produced by Rede Globo de Televisão about the Amazon, it is intended to check the power relations existent in the dialogue between southeast journalists and amazonian individuals that live far from the capital cities, chosen to represent amazonical identities.

Keywords: Tv journalism; *Rede Globo*; Interview; Amazon; Speech.

Considerações iniciais

O telejornalismo nomeia, ‘descobre’, interpreta, enquadra e traz para o mundo da visibilidade pública as significações que produz. Os textos audiovisuais seguem regras institucionalizadas. Os fatos são selecionados, apropriados e veiculados para seduzir o telespectador, alvo de representações que transformam os fatos reais em histórias televisivas.

As narrativas tecem temáticas e sujeitos selecionados para entrar em cena. Assim como excluem outros tantos. Os personagens jornalísticos têm aparências e falas determinadas por um conjunto de regras de elaboração do produto noticioso, que primam pela tessitura tecnológica, estrutural do texto audiovisual, buscando ofertar-se sempre novo e atraente aos olhos do telespectador. O produto jornalístico, como mercadoria, é ‘embalado, lacrado’ e ofertado à audiência. E a embalagem, sempre reformulada, deve tornar imperceptíveis os modos de dizer do texto, para evidenciar em primeiro plano que o que o texto diz não poderia ser dito de forma diferente.

A mídia, como parte da infraestrutura material das sociedades modernas e um dos principais meios de circulação das ideias e imagens vigentes nestas sociedades (Hall, 1997), faz com que sujeitos distantes no plano geográfico ‘se encontrem’, ‘se enxerguem’ e reconheçam a existência um do outro. Esses sistemas partilhados de significação são modos de representar atravessados pela visibilidade eletrônica, que se torna parte constitutiva da visibilidade cultural, o que Martín-Barbero e Rey (2004) chamam de ‘nova era do sensível’.

A visibilidade ofertada pelo telejornal permite que se coloque em cena um ambiente cultural nacional repleto de produções de identidades, que se fazem a partir de construções históricas e memoráveis (Costa, 2011). É nesse lugar que o campo jornalístico² passa a deter o poder da notoriedade pública (Bourdieu, 1997), porque está autorizado a testemunhar, chegar perto, tocar para depois partilhar com a audiência aquilo que ela não pode vivenciar diretamente.

Neste artigo, interessa-nos refletir sobre as interações entre jornalistas e sujeitos entrevistados como significativas de relações de poder que definem o modo como se diz no estar dos textos audiovisuais. Trata-se de problematizar a interação entre entrevistador e entrevistado a partir da pretensão do telejornalismo em rede de produzir um discurso nacional baseado em um certo padrão de credibilidade e de verdade.

Busca-se, por meio da análise de discurso, seguindo as pistas de Norman Fairclough (2001), aplicar as propriedades analíticas do discurso, tais como o ‘controle interacional’, a ‘modalidade’, a ‘polidez’ e o ‘*ethos*’ para mapear relações entre quem pergunta e quem responde. A opção por esse caminho é indicativa de nosso entendimento do discurso como prática social, moldado pela estrutura social.

Parte-se da reflexão sobre a natureza do telejornalismo em rede, aquele que exhibe para todo o território nacional o mesmo conteúdo ao mesmo tempo. Busca-se entender, por meio de depoimentos de jornalistas do Jornal Nacional, da Rede Globo, como constroem uma ideia de Brasil por meio de valores que norteiam suas práticas.

A partir de reportagens televisivas seriadas que venho analisando em meus estudos sobre telejornalismo (Costa, 2011), retomo alguns diálogos que considero ilustrativos e instigantes para discutir como o telejornalismo veiculado em rede nacional produz sentidos sobre as questões regionais-locais. E, desse modo, pretendo observar o discurso como o lugar da encenação entre jornalistas viajantes que percorrem a Amazônia e exemplares ‘raros’ de sujeitos atraentes à narrativa audiovisual.

O telejornalismo entre apelos populares e pactos com a audiência

O telejornalismo tem a pretensão diária de oferecer uma espécie de cardápio do dia. Fazer chegar à casa das pessoas o que há de mais importante para ser visto e ouvido é a meta dos jornalistas. Cria-se um pacto com a audiência baseado em códigos culturais e pesquisas de opinião, que permite delimitar a ordenação dos acontecimentos e sua transformação em narrativa audiovisual, sempre elegendo aqueles que tem maior ‘apelo popular’. “Quando nós temos mais de um assunto relevante, nós vamos escolher aquele que tem maior apelo popular pra abrir”³.

E o que seria o ‘apelo popular? De certo, o interesse do maior número de pessoas possível. E como se trata do depoimento do editor-chefe do Jornal Nacional⁴, quer dizer que o assunto deve ser bom o suficiente para conquistar a atenção de telespectadores em todas as regiões do país. As matérias consideradas mais importantes (ou de maior ‘apelo popular’) abrem o telejornal ou abrem os blocos.

A quantidade de materiais ofertados pelas afiliadas em todo o Brasil obriga as equipes dos telejornais em rede, baseadas em Rio e São Paulo, a fazer uma seleção nem sempre fácil, na qual perpassam critérios jornalísticos, políticos e econômicos. É preciso decidir com rapidez na hora de selecionar o que entra. No DVD do JN⁵, William Bonner fala que todos os dias tem que fazer “o elefante caber na casinha de cachorro”.

No telejornal há uma sequência pré-determinada dos materiais a cada edição, que conduz o olhar e a percepção do telespectador. A estrutura do noticiário é definida buscando um ritmo supostamente interessante do ponto de vista da audiência. Até as pausas são previamente selecionadas.

A história ensina que a percepção que o público tem da gravidade dos temas tende a ser maior, quando você não agrupa tudo de uma vez só. Então, é desejável que a gente tenha no Jornal Nacional um cardápio um pouco mais variado para, de tempos em tempos, ao longo da exibição do programa, o espectador tenha a oportunidade de respirar um pouco⁶.

A gravidade ou não gravidade dos assuntos é equilibrada pelo ordenamento hierárquico das matérias ao longo do telejornal. Constrói-se uma grande narrativa separada em blocos, constituída de pequenas narrativas, que ao final devem satisfazer o telespectador com a impressão de estar bem informado. Por trás dessa relação mediada por fluxos eletrônicos, está em jogo a ‘dança’ dos índices de audiência que alavancam os comerciais milionários do horário nobre e que são monitorados diariamente pelas emissoras de TV⁷.

Cada texto jornalístico é programado visando o reconhecimento do telespectador, a partir de uma espécie de contrato cultural de satisfação mútua entre meios de comunicação e audiência. O repórter Tino Marcos, da Rede Globo, explica como isso funciona com relação às notícias esportivas:

Eu tenho uma brincadeira que eu costumo imaginar, assim, meu pai assistindo o jornal. Ele é um consumidor daqueles vorazes do noticiário esportivo. Adora informação. E a minha mãe que não tá ligada, assim, em esporte, é uma dona de casa, mas também precisa ser atendida, precisa ser valorizada. Então, quando a reportagem tem conteúdo, informação quente ali, que agrada o meu pai e, ao mesmo tempo, tem uma boa historinha, um entretenimento que agrada minha mãe, aí eu fico feliz (Jornal Nacional, 2004).

Fica claro que o tipo de matéria ideal a ser veiculado precisa associar um bom texto e uma boa informação a uma boa ‘historinha’. Assim, o jornalismo, como narrativa, pode ser visto como ficção (Motta, 2004). E por isso se torna agradável de assistir. São narrativas produzidas com ritmo, estrutura e atrativos semelhantes aos da literatura, como os conflitos, as emoções, as descobertas, os personagens que fazem parte dela e a construção de um *climax*, que seria o “molho da matéria”⁸.

“A televisão convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o caráter dramático, trágico” (Bourdieu, 1997, p. 25). Para Adriano Rodrigues (2001), o jornalismo é o negativo da racionalidade, porque busca o improvável e o imprevisível. Reproduz a memória do que é excepcional, promovendo a integração do mundo comum por meio de um sistema simbólico e o encontro com a história autorizada, assim como traz marcas latentes do esquecimento.

A satisfação do ‘sujeito que tudo vê’ e a possibilidade da ubiquidade instantânea permite olhar para além da tela, seguindo os detalhes de câmera, ângulos variados, movimentos, repetições. Assim, o telejornal permite ver melhor do que os que estão na própria cena. Um prazer narcisista de observar o mundo de um ponto sempre protegido. Pensamos e temos a sensação de tudo ver. “Os telejornais funcionam como uma janela para a realidade, mostrando que o mundo circundante existe, está lá e tudo não se transformou num caos e a vida segue sua normalidade” (Viseu; Correia, 2008, p. 21).

Essa narrativa diária, com hora marcada e jornalistas que se tornam nossos conhecidos, se apresenta diante de nós com estratégias facilitadas pelo dispositivo audiovisual. O tom intimista da ‘conversa’ entre apresentador e telespectador, o ângulo em *close*⁹ cria o clima do ‘olho no olho’, que está presente na maioria dos telejornais. Essa naturalidade aparente permite a possibilidade de criar um tipo ideal de jornalista apresentador perfeito em seu papel de contar e mostrar os fatos do mundo. Fátima Bernardes, ex-apresentadora do Jornal Nacional, confirma essa relação com o público:

É uma preocupação grande do público. E eu acho muito engraçado... Eles defendem tanto a figura do apresentador. Eles se apegam tanto! A gente faz tão parte dessa família, que em geral é assim: nunca eu escolhi uma roupa errada. Então é assim. Sempre alguém... Quem foi que escolheu pra você aquela roupa que não ficou bonita? É como se eu não tivesse escolhido a roupa, não tivesse visto. É uma proteção¹⁰.

Essa preocupação constante do jornalista em manter o telespectador fiel e ‘apegado’, constitui exatamente a busca por esse ideal de uma ‘família’ brasileira sintonizada. O pacto com a verdade é disputado pelos telejornais junto ao telespectador como garantia para a qualidade do produto e sua reprodução. “Acima de tudo, a credibilidade é que está em jogo.

O que o telespectador não pode duvidar é que aquela informação seja verdadeira. Esse é nosso trunfo maior. Essa é nossa herança maior”. São palavras de Carlos Henrique Schroder (Jornal Nacional, 2004), atual diretor geral da Rede Globo.

Todos os esforços devem ser envidados no sentido de não permitir dúvidas sobre a ‘verdade’. A padronização das rotinas de produção e da circulação da notícia deve gerar no receptor uma identificação com o produto, tornando-o inquestionável. Para isso são criadas regras de produção (o que dizer, o que não dizer e como dizer). O texto surge como uma fórmula pronta que deve suavizar a presença do jornalista autor. É como se saísse de uma máquina, onde real é igual à notícia. E dessa forma todas as máquinas produziriam a mesma narrativa.

Assim, “o jornal tem que ser muito abrangente e, ao mesmo tempo, muito coloquial para que ele seja compreendido por todos”, diz Carlos Henrique Schroder (Jornal Nacional, 2004). O fato de ser ‘compreendido por todos, de modo abrangente e coloquial’ nos indica que o jornalista cria uma ideia de Brasil, um telespectador ideal, padrão, consumidor das informações e a partir daí supõe um Brasil unificado, com uma apropriação mediana das notícias exibidas. As palavras de William Bonner, editor-chefe do Jornal Nacional, são esclarecedoras nesse sentido:

Profissionais que fazem o JN tentam escrever seus textos imaginando que serão ouvidos por alguém que não seja nem analfabeto nem pós-graduado. Que seja a pessoa mais ‘equipada’ do núcleo familiar, e que esteja cansada, no fim de um dia de trabalho. O nível de detalhamento que o Jornal Nacional oferecerá aos espectadores dependerá da complexidade do assunto tratado e da familiaridade que nós imaginamos que aquele determinado telespectador tenha com o tema. Quanto mais distante uma notícia for do universo do nosso espectador médio, mais necessário será um detalhamento maior na apresentação dos fatos (Bonner, 2009, p. 215).

Esse telespectador médio é imaginário. Mas de fato ele existe dentro de cada um dos jornalistas produtores como rotina de produção que guia a elaboração das matérias. É uma classificação cultural que nos ajuda a entender o que são os telejornais de rede. Do ponto de vista da expectativa da produção jornalística, a satisfação do telespectador, ao final do telejornal, deve ser a de tudo ter compreendido e tudo ter visto. E, principalmente, que não haja dúvida com relação à veracidade das notícias veiculadas. A ritualização das práticas ancoradas em ideais de objetividade, técnicas de entrevistas, apuração, conformam rotinas jornalísticas que tem como foco o resultado final – o texto a ser exibido: a qualidade da imagem, o enquadramento correto, a linguagem coloquial, a boa aparência do repórter, a edição refinada, entre outros.

O telejornalismo em rede, as séries especiais e a ‘autoridade jornalística’

Como o Jornal Nacional foi o primeiro produto do telejornalismo exibido em rede, foram seus profissionais que desenvolveram o conceito de noticiário nacional, que inexistia na televisão brasileira até então. Para selecionar e hierarquizar os assuntos foram elaborados vários critérios. As matérias deviam priorizar o interesse geral e não os particulares.

Os assuntos tinham que chamar a atenção tanto do telespectador de Manaus quanto de Porto Alegre. Era necessário não superdimensionar uma região em detrimento de outra, pensar sempre em como determinada nota poderia repercutir em Estados diferentes. Num país continental, com tantas diferenças regionais, era uma tarefa difícil, e a equipe teve que ir aprendendo aos poucos (Memória Globo, 2004, p. 39).

As emissoras que mais fornecem notícias para o JN são Globo São Paulo, Globo Rio e Globo Brasília. As duas primeiras estão situadas nas maiores capitais do Brasil e a terceira na sede do Governo Federal. Recife e Belo Horizonte também têm um bom espaço porque são emissoras sede da Rede Globo. Nas demais capitais, a Globo conta com as afiliadas, submetidas à sede, mas com bem menos peso e força que as outras. Bonner (2009, p. 33) ressalta o papel importante das afiliadas e diz que ao assistir o Jornal Nacional o telespectador “terá informações de cada canto do Brasil trazidas por profissionais da região mostrada. Jornalistas que conhecem o lugar, sua gente, suas carências e suas riquezas”.

Para ser um repórter de rede, várias exigências devem ser preenchidas. O diretor geral da Rede Globo, Carlos Schroder (Memória Globo, 2004), diz que o carisma é o mais importante, ou seja, a preferência do telespectador por este ou aquele profissional. O diretor explica que o processo começa com a busca de estudantes talentosos nas instituições de ensino superior para a atuação nos estágios oferecidos pela emissora. Além disso, há o profissional que se destaca no mercado, geralmente na imprensa escrita.

E como o repórter chega aos telejornais de rede? Bonner esclarece que primeiro é necessário se destacar nos telejornais locais, das afiliadas. Aliado a isso, faz-se necessário ter um bom texto, dinamismo e inquietação. Quando o repórter começa a entrar em rede tem passe livre no Bom Dia Brasil, Jornal Hoje e Jornal da Globo. Com o Jornal Nacional o nível de exigência é muito maior.

De uma certa forma, é como se o Jornal Nacional e seus integrantes fizessem parte das famílias ao frequentar suas casas. Por isso, aqueles profissionais que levam a notícia têm de ser... familiares. Têm de ser conhecidos e reconhecidos pelo telespectador. Se fizéssemos um telejornal com pessoas desconhecidas a cada dia, seria muito mais difícil, para o público, identificar-se com o JN como ocorreu nessas quatro décadas (Bonner, 2009, p. 46).

As séries de matérias representaram uma inovação no telejornalismo brasileiro. O ‘jornalismo seriado’, como é chamado, propõe abordagens mais completas dos assuntos tratados e isso é formatado em capítulos ao longo da semana. A ideia foi importada da maneira de contar das telenovelas, uma herança da teledramaturgia de sucesso (Tourinho, 2009).

Carlos Henrique Schroder conta ao Memória Globo (2004, p. 321) que o aprofundamento das matérias trouxe mais solidez ao telejornalismo da Rede Globo: “foi um marco, porque deu mais credibilidade e trouxe um amadurecimento ao telejornalismo, que sempre foi acusado de superficialidade”. Supõe-se, pela escolha dos repórteres, que os profissionais que levam a notícia têm de ser familiares e reconhecidos pelo público. Então, nas séries especiais, caracterizadas como projetos especiais, os repórteres também serão especiais para garantir a identificação com o telespectador.

Esta é uma das diferenças para com as ‘reportagens comuns’ – as reportagens cotidianas, diárias. Geralmente são produzidas, editadas e exibidas no mesmo dia. Neste caso, percebe-se uma variedade maior de repórteres ‘autorizados’ a entrar nos telejornais de rede. Além disso, nestas matérias, sem maiores planejamentos, observa-se uma utilização menor de efeitos de edição, vinhetas, sonorização. Além do tempo das reportagens, que é bem mais reduzido que nas séries especiais.

Os gráficos, mapas, sonorizações, efeitos de corte e fusão, principalmente nas matérias especiais, que são mais cuidadosas com a edição, criam essa possibilidade de tornar a reportagem mais agradável de ver. As aproximações da câmera, os detalhes, a nitidez e a tecnologia digital, permitindo ‘ver’ cada vez mais perto com mais ‘realidade’.

William Bonner deixa bem claro, em seu livro sobre a rotina do JN, que opinar não faz parte da linha editorial do telejornal que comanda:

os apresentadores do JN têm opinião? Sim, pode apostar. Sobre todos os assuntos. E as revelamos, sem nenhum problema, nas conversas com amigos, nos encontros sociais e de trabalho. Mas outra coisa é impor essa opinião ao público telespectador sem que ele a tenha pedido (Bonner, 2009, p. 243).

Além dos recursos imagéticos e sonoros mencionados, os jornalistas utilizam o recurso da citação para se eximir de qualquer compromisso com o dito. É como se as fontes de informação, tal qual o mundo representado, pousassem sobre o texto apenas de forma a explicitar e esclarecer os fatos, sem recorte, inteiros. Os convocados e selecionados para falar e ter visibilidade surgem assim, parecendo de forma aleatória, como testemunhas a atestar à audiência que aquilo que o jornalista relata é a mais ‘pura’ verdade.

Traquina (2003, p. 46) é enfático ao rejeitar a atitude de jornalistas que continuam fazendo a divisão entre fato e opinião:

torna-se insustentável negar o papel ativo que os jornalistas exercem na construção da realidade social. Só a cegueira provocada pela ideologia jornalística pode explicar que alguns jornalistas insistam em pretender que o seu trabalho se limite à identificação dos fatos e à simples recolha e transmissão de *relatos* (grifo do autor).

O sujeito da enunciação, no discurso jornalístico, apresenta-se de forma velada, ancorando-se na objetividade e imparcialidade, que fazem parte das rotinas de produção da profissão. No texto jornalístico “a enunciação é totalmente subordinada ao enunciado – para o discurso jornalístico, que opera segundo a verdade dos fatos, o que interessa é o fato em si. O como narrar esse fato, a enunciação propriamente dita, resume-se à utilização de uma técnica” (Resende, 2005, p. 92).

O jornalista usa da autoridade cultural (Zelizer, 1992) que tem para tudo saber, tudo explicar e tudo analisar. “Os jornalistas, como sujeitos da enunciação, se convertem em mediadores creditados, autorizados, entre a cidadania e o poder, construindo assim uma parte da realidade social” (Viseu, 2007, p. 224). Tornam-se uma fonte de conhecimento, uma ‘comunidade interpretativa’ que orienta as pessoas acerca de padrões adequados de ação, baseados em suas narrativas e memórias coletivas. “A autoridade jornalística é entendida como

um caso específico de autoridade cultural através do qual os jornalistas determinam o seu direito de apresentar interpretações legítimas acerca do mundo” (Zelizer, 1992, p. 9). O modo de encenação é ocultado, o ângulo, a escolha por essa e não aquela ‘construção’, as relações discursivas que se estabelecem.

Os discursos produzidos sobre a Amazônia e seus habitantes em rede nacional, certamente, vão nos dizer como o campo jornalístico interage com as pessoas dessa região enquanto personagens de seus textos. Ao olhar para o Brasil, o jornalista de rede baseado no Sudeste tem uma visão aérea, mesmo que conte com emissoras afiliadas espalhadas por todo o país e repórteres setORIZADOS. É que ao lidar com as regiões, cenários dos acontecimentos, as ‘ideias feitas’ entram em ação. Por isso, jornalistas conseguem produzir com tanta velocidade. Bourdieu (1997, p. 40) diz que eles adquirem essa capacidade porque pensam com ‘ideias feitas’. São “ideias que, quando as aceitamos, já estão aceitas, de sorte que o problema da recepção não se coloca quando emitimos uma ‘ideia feita’, é como se isso estivesse dado; o problema está resolvido”.

Essa estratégia discursiva da fixidez é o que sustenta o estereótipo, como propõe Homi Bhabha (1998). As regiões distantes do eixo Rio-Sul, como o Norte do Brasil, continuam sendo o contexto de flagrantes continuamente repetidos e pautados em relações de superioridade e inferioridade que emergem dos textos quando se analisa o telejornalismo como ‘forma cultural’ (Gomes, 2011) e o discurso como prática social (Fairclough, 2001; Bakhtin, 2006).

O repórter viajante que percorre a Amazônia tem como desafio partilhar com a audiência exemplares raros, sejam eles a floresta, as cidades ou as pessoas. Portanto, quanto mais difíceis e esquisitos o acesso, o lugar e os sujeitos, mais a reportagem atende aos requisitos da dramatização como algo ‘dado’ no texto. O jornalista reproduz relações povoadas de ‘colonialidade’¹¹ ao produzir sentidos sobre a Amazônia brasileira. O colonizado torna-se ‘o outro da razão’, segundo Castro-Gomez (2005), e sua invenção está condicionada aos dispositivos de saber e poder que orientam as representações. Por isso, a ‘colonialidade do poder’ e a ‘colonialidade do saber’ encontram-se em uma mesma matriz genética, para o pesquisador. Os processos de exclusão se disseminam legitimando conceitos binários, como barbárie/civilização, tradição/modernidade, comunidade/sociedade.

Entrevistador e entrevistado em cena

Passamos agora a problematizar as entrevistas¹² que aparecem nas reportagens selecionadas, ou seja, aqueles trechos das matérias televisivas em que podemos ver, enquanto telespectadores, a pergunta do repórter e a resposta do entrevistado. Trata-se de observar essa cena discursiva para observar como o jornalista, enviado especialmente à região, dialoga com alguns representantes da população local escolhidos para falar.

Nas séries de TV analisadas¹³, os quatro repórteres convocados – Pedro Bial, Marcelo Canellas, Carlos de Lanoy e Alberto Gaspar – foram enviados de outros Estados para fazer matérias especiais sobre a Amazônia (Costa, 2011). Experimentando as contribuições de Fairclough (2001), vamos observar como os repórteres das séries especiais conversam com seus entrevistados, escolhidos para representar as dificuldades e as intempéries do lugar. A credibilidade e a busca pela verdade, presentes nas falas dos jornalistas trazidos neste trabalho, serão nosso guia para entender na prática social como o jornalista de televisão constrói o universo local a partir das falas dos personagens encontrados.

Tomamos as entrevistas como um “procedimento clássico de apuração de informações em jornalismo. É uma expansão da consulta às fontes, objetivando geralmente, a coleta de interpretações e a reconstituição de fatos” (Lage, 2001, p. 73). Trata-se de uma técnica, uma rotina de coleta de dados para compor um texto, que aparentemente exime o repórter de opinar, porque a fala do entrevistado parece saltar sem mediação para compor a reportagem. A materialidade da entrevista carrega consigo, sempre, esse atestado documentado, provado, indiscutível.

Fairclough aponta quatro caminhos para analisar as relações sociais e o modo como as identidades são constituídas no discurso. O ‘controle interacional’ diz respeito à garantia de que a interação funcione regularmente ao observar a distribuição da conversação, os tópicos do diálogo, as mudanças de tema, as perguntas e respostas e o controle sobre esse processo. O segundo caminho é a ‘modalidade’, por meio da qual se observa o grau de afinidade com os assuntos tratados; tem-se ainda a ‘polidez’ na relação entre entrevistador e entrevistado, o modo como cada um se comporta com relação ao outro; e o ‘*ethos*’ do participante, envolvendo seu comportamento, fala, tom de voz, subjetividade e identidade.

Um primeiro exemplo que trazemos é da série ‘Amazônia Urbana’¹⁴, que se propõe a mostrar uma Amazônia diferente daquele que relaciona a região ao cenário da floresta. Desta vez, o *locus* de atuação dos repórteres são as cidades. O trecho selecionado diz respeito ao município de Fordlândia, no Pará, de onde o repórter Alberto Gaspar narra a tentativa do americano Henry Ford de fugir do monopólio inglês sobre a borracha na década de 20 do século passado, construindo uma cidade e “bairros inteiros com jeito de filme de Hollywood”.

O repórter relata que apesar dos choques culturais entre os amazônidas e os americanos, o responsável pelo fracasso do projeto foi “a falta de conhecimentos da região por parte dos forasteiros”. Aqui trazemos o trecho de uma conversa do repórter com uma professora do município, que entra após a narração do repórter em *off* dizendo: “eles produziam na Ásia. Ford imaginou voltar às origens, na Amazônia” (sequência de *takes* da fábrica e equipamentos abandonados).

Repórter Alberto Gaspar: “isso aqui não virou nada, né? Porque...”

Professora Maria Raimunda: “não virou nada”.

Repórter: “é como se fosse um museu do fracasso”.

Professora: “museu do fracasso”.

Observa-se na entrevista acima um ‘controle interacional’ do repórter que conduz o diálogo com a entrevistada. Ao repórter cabem as observações conclusivas mais importantes. A fala da professora serve tão somente para confirmar o que o jornalista anuncia. O diálogo explicita as impressões do repórter: ‘nada’; ‘fracasso’. As perguntas são do tipo fechadas, limitando a entrevistada a apenas confirmar ou negar o que o entrevistador sugere. Também é o repórter quem controla a mudança de tópicos.

Veremos agora outro exemplo que selecionamos da série ‘Brasil Invisível – Terra do Meio’, do repórter Marcelo Canellas, exibida pelo Bom dia Brasil em 2007. Nesta série, o cenário da Terra do Meio, no Pará, é escolhido para ofertar personagens que comprovem a invisibilidade dos sujeitos no cenário nacional. Aqui temos a transcrição da conversa entre o repórter e o entrevistado Chico Feitosa, que nunca viu televisão:

Canellas em *off*: “você sabe quem é Regina Duarte?”.

Chico: “não”.

Canellas: “Antônio Fagundes?”

Chico: “não”.

Canellas: “Lima Duarte?”

Chico: “não”

Canellas: “não conhece? Fernanda Montenegro, esse povo?”

Chico: “não”.

Canellas: “só artista sem rosto é que chega no Beiradão (seu Chico e uma criança sentados dentro de casa, diante de um rádio de pilha, que aparece em cima da mesa)”

Canellas: “O senhor conhece o Roberto Carlos? Cantor aquele?”

Chico: “conheço. Ele canta aí, nesse rádio aí”

Canellas: “e craques desenhados pela voz do locutor. E o Ronaldinho Gaúcho?”

Chico: “sabendo pelo rádio aí”.

Canellas: “o senhor sabe se ele é branco, se ele é preto, se ele é...”

Chico: “não”.

Canellas: “não?”

Chico: “não. Ainda não vi fotografia dele não”.

Canellas: “aos 75 anos nunca estudou, nunca votou, nunca procurou, nem nunca foi procurado pra tirar documento algum... Então, o Senhor não tem nem identidade, nem CPF, nem nada com o senhor aqui”.

Chico: “nada, nada, nada”.

Canellas: “os filhos do senhor têm?”

Chico: “tem não, nenhum”.

Canellas: “e nem os netos. Três gerações de uma família que não existe para o Estado Brasileiro. Você nunca foi na escola? (pergunta para um dos netos)”.

Neto: “não”.

Chico Feitosa é reduzido e enquadrado na escala do inacreditável, mitificado (Certeau, 2008). As perguntas são fechadas sugerindo apenas o sim ou o não como resposta, o que sugere um alto índice de ‘controle interacional’ pelo repórter. A ‘modalidade’ indica a baixa afinidade do entrevistado com os diferentes artistas citados em vários momentos. As perguntas do repórter são fracas no quesito ‘polidez’, porque não observam a exposição do entrevistado, construído como ausente do conhecimento que o repórter julga importante: saber sobre os artistas da televisão.

As proposições negativas são mencionadas várias vezes: ‘não’, ‘nem’ e ‘nunca’. O saber lidar com a floresta e extrair dela o alimento como fonte de sobrevivência são invalidados pela narrativa. A exposição de Chico nos traz um exemplo vibrante da produção discursiva sobre a Amazônia no cenário nacional. A herança eurocêntrica ocidental está tão viva como se estivéssemos no século XVI. “É sempre possível dizer o verdadeiro no espaço de uma exterioridade selvagem; mas não nos encontramos no verdadeiro senão obedecendo às regras de uma ‘polícia discursiva’ que devemos reativar em cada um de nossos discursos” (Foucault, 2006, p. 35). Ao olhar para outras culturas que não dominam o saber da escrita ou não habitam o mundo das tecnologias, temos a reativação de dois discursos básicos da ‘era da civilização’ moderna: progresso e raça, que saltam à superfície do texto como verdades coercitivas.

Nesse ir e vir à ‘caça’ de entrevistados e de personagens para atestar a veracidade do que diz, o repórter tem tanto poder sobre a fala do ‘outro’, que termina por não permitir que

quase nada seja dito. E quando os jornalistas da Rede Globo representam uma certa escola amazônica para o telespectador nacional, a que temos em cena é aquela ofertada como esquecida no meio da floresta, o que comprova a invisibilidade procurada. A conversa aqui acontece entre o repórter Pedro Bial¹⁵ e um professor de uma escola de madeira com uma única sala de aula:

Repórter Pedro Bial: “campo tem, mas num tem bola”.

Professor sem crédito: “campo tem, mas num tem bola (sorridente)”.

Bial: “escola tem, mas num tem lápis (risos do professor). Campo tem, mas num tem bola”.

Professor: “é”.

Bial: “casa tem, mas num tem parede”.

Professor: “Casa tem, mas num tem parede, ainda bem que tem telhado pra não chover em cima”.

O entrevistado apenas confirma o que o repórter vai observando e julgando. Não são perguntas, são afirmações que produz a partir de suas percepções. O ‘controle interacional’ se faz no modo como o repórter afirma e não pergunta. Não quer saber. Ressalta a falta com um baixo índice de ‘polidez’ em um jogo discursivo de ausência e presença, característico da colonialidade (Castro-Gómez, 2007). Falta bola, lápis e parede. O jornalista entra no quarto do professor e mostra sua intimidade em rede nacional. Mas o professor lembra que nem tudo falta. Há o telhado.

As entrevistas exibem a explicitação de relações de poder, que expõem a centralidade do ‘nós’ e a diferença do ‘outro’. O ‘controle interacional’ expõe a superioridade do repórter, o silenciamento do entrevistado convocado apenas para confirmar o que diz a ‘autoridade jornalística’, que se torna porta-voz de uma ordem estabelecida, definidora de personagens e de encenações que instalam a racionalidade e a produtividade do centro e a irracionalidade da periferia.

Considerações finais

Nos textos analisados, inexistente espaço para a pluralidade. Em seu lugar erige-se uma categorização racial, que enxerga inferioridade e não processos resultantes de conflitos históricos. A Amazônia, destas séries especiais analisadas, é investigada e narrada a partir de personagens que são ofertados pela negação, pela falta, pela ausência de saberes e de condições materiais, o que os relaciona ao fracasso, tanto no passado como no presente. Cada lugar antes invisível é apresentado pela TV sob a perspectiva aparente de que a visibilidade pode encurtar as distâncias entre o Brasil e a Amazônia.

O saber popular do entrevistado Chico Feitosa ou as experiências e rotinas dos dois professores convocados em depoimentos nas séries são reduzidos e menosprezados com relação ao saber do jornalista, que representa na reportagem tantos outros saberes autorizados. São os especialistas, os cientistas, os representantes do Governo os autorizados a falar em nome das populações locais, assim como foram os naturalistas do século XIX, em seus diários de viagens, que ofereceram ao Brasil e ao mundo as impressões sobre a floresta e as populações nativas, do ponto de vista do saber acadêmico e autorizado.

Ao estabelecer o ‘controle interacional’ dos diálogos, observados a partir das categorias propostas por Fairclough (2001), os jornalistas exterminam a produção de subjetividade

cultural, social e política, apagando a ação desses homens no mundo, enquanto seres históricos. Perpetua-se assim uma relação de colonialismo interno entre o Brasil e a Amazônia, que potencializa a cultura oficial nacional civilizada e descarta o saber local como experiência e conhecimento. Os sujeitos entrevistados passam à condição de personagens desbotados na narrativa, que oculta muitos outros ângulos e não dialoga com outras verdades.

O que observamos nos telejornais nacionais nos diz de uma reiteração impiedosa. Quanto maior a exclusividade da notícia perseguida pelo jornalista, maiores são os processos invisíveis de fixação da diferença. Ao exibir e convocar o telespectador a observar o mundo sem sair de casa, as notícias têm de conter atrativos e excessos que longe de ingenuamente democratizar a informação, produzem e reproduzem processos de julgamento e redução.

Bhabha (1998, p. 27) ressalta que trabalhar na fronteira da cultura exige um encontro com o novo “como ato insurgente da tradução cultural”. Os jornalistas estão constantemente, diariamente, em busca de fatos novos. Mas o novo que eles coletam, selecionam, é o novo que confirma, reforça a consolidação do velho. Não conseguem articular a alteridade, como propõe Bhabha, da perspectiva do novo.

Os repórteres estão mais preocupados em perguntar para expor estranhamentos do que de fato mergulhar em lugares que os permitam saltar da superficialidade dos textos para dialogar com os sujeitos locais. A verdade é unilateral, limitada, resultando de um não querer saber por parte do entrevistador. Nos diálogos ofertados discursivamente como apuração jornalística, há um apagamento do cotidiano e da vivacidade dos amazônidas.

Os repórteres especiais enviados à Amazônia são os mais conhecidos, com quem a emissora aposta em uma identificação do telespectador, pela confiança e credibilidade. Em busca de atrativos junto à audiência, os jornalistas criam historinhas para alcançar um ‘telespectador mediano’, que supostamente necessita compreender e sentir-se informado. Mas na centralidade do texto, salta a exibição da falta, da diferença, da negação. E contradizendo os depoimentos dos jornalistas, as séries especiais não conseguem ultrapassar a superficialidade, porque não estabelecem um diálogo que escuta e quer saber do ‘outro’, portanto, o discurso, como prática social, apenas reitera imagens cristalizadas e não vislumbra mudanças nas representações do jornalismo seriado.

Recebido em: 26 nov. 2017

Aceito em: 19 abr. 2018

¹ Artigo apresentado no 13º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, realizado em Campo Grade – UFMS em novembro de 2015. Texto revisado após o Encontro.

² Para Bourdieu (1997), o campo jornalístico se constitui como tal no século XIX, solidificando a divisão entre os jornais que se pautam pela lógica de mercado e os índices de audiência, definindo a partir daí seu conteúdo, e os jornais que se pautam por valores e princípios internos na definição dos assuntos que terão acesso à ‘notoriedade pública’.

³ Entrevista concedida por William Bonner, editor chefe e apresentador do Jornal Nacional em DVD institucional de comemoração dos 35 anos do telejornal (JORNAL NACIONAL, 2004).

⁴ O Jornal Nacional é o telejornal em rede mais antigo do Brasil há 45 anos no ar. Foi o primeiro do Brasil nesse formato.

⁵ Entrevista concedida por William Bonner, editor chefe e apresentador do Jornal Nacional em DVD institucional de comemoração dos 35 anos do telejornal (JORNAL NACIONAL, 2004).

⁶ *ibid.*

⁷ Não é nosso propósito aqui neste artigo discutir a queda ou a subida dos índices de audiência das emissoras brasileiras e sua repercussão na constituição do telejornalismo nacional.

⁸ Expressão utilizada pela repórter Zileide Silva, de Brasília, que cobre assuntos políticos para o Jornal Nacional. Ela referia-se à polêmica gerada por um determinado entrevistado, que garantiriam o clímax da matéria (Jornal Nacional, 2004).

⁹ Plano de câmera que aproxima o enquadramento, semelhante a uma foto 3x4.

¹⁰ Entrevista concedida por Fátima Bernardes em DVD institucional de comemoração dos 35 anos do telejornal (Jornal Nacional, 2004).

¹¹ Nessa perspectiva adotamos Boaventura Santos (2004), para quem o Pós-colonialismo “é um conjunto de correntes teóricas e analíticas, com forte implantação dos Estudos Culturais, mas hoje presentes em todas as ciências sociais, que têm em comum darem primazia teórica e política às relações desiguais entre o Norte e o Sul na explicação ou na compreensão do mundo contemporâneo”.

¹² Não se trata aqui de analisar essas séries de reportagens já mencionadas e suas representações audiovisuais. Isso já foi feito em trabalho anterior (Costa, 2011).

¹³ Seleccionamos quatro séries especiais: Caravana JN, exibida pelo Jornal Nacional em 2006; Terra do Meio - Brasil invisível, veiculada pelo Bom Dia Brasil em 2007; a série Raposa Serra do Sol, de 2008, exibido pelo Jornal da Globo; e Amazônia Urbana, produzida pelo Jornal Nacional em 2010.

¹⁴ Série *Amazônia Urbana*, exibida em 2010, no período de 19 a 23 de julho no Jornal Nacional.

¹⁵ Na série Desejos do Brasil – Caravana JN - exibida no Jornal Nacional em 2006, o repórter Pedro Bial, às vésperas das eleições para presidente do país, busca documentar os desejos dos brasileiros em diversas regiões. Analisamos o trecho em que ele se desloca de Belém a Manaus em uma viagem de barco que dura sete dias.

Referências

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2006. 203p.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998. 394p.

BONNER, William. **Jornal Nacional**: modo de fazer. São Paulo: Globo, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997. 143p.

CASTRO-GÓMEZ, Santiago. Ciências sociales, violência epistémica y el problema de la “invención del otro”. In: LANDER, Edgardo (org.). **A colonialidade do saber**: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, CLACSO, 2005. Disponível em <http://www.clacso.org/wwwclacso/espanol/html/libros/lander/7.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2007.

CERTEAU, Michel de. **A cultura no plural**. 5.ed. Campinas, SP: Papyrus, 2008. (Coleção Travessia do Século).

_____. **A escrita da história**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

COSTA, Vânia Torres. **‘À sombra da floresta’**: os sujeitos amazônicos entre estereótipo, invisibilidade e colonialidade no telejornalismo da Rede Globo. Rio de Janeiro, 2011. 317 f. Tese (Doutorado em Comunicação). Instituto de Artes e Comunicação Social. Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2011.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 13.ed. São Paulo: Loyola, 2006.

GOMES, Itania (Org.). *Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo*. Salvador: Edufba, 2011.

HALL, Stuart. *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*. In: THOMPSON, Kenneth. **Media and cultural regulation**. Sage Publications Ltd., 1997.

JORNAL NACIONAL. **Caravana JN**. Rio de Janeiro, Editora Globo, 2007. DVD duplo.

_____. JN 35. Rio de Janeiro, Globo Vídeo; Som Livre, 2004. DVD duplo.

LAGE, Nilson. *Teoria e técnica de reportagem e pesquisa jornalística*. São Paulo: Record, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. 2.ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004a.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia faz história**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Narratologia: análise da narrativa jornalística**. Brasília: Casa das Musas, 2004. (Coleção Textos em Comunicação).

RESENDE, Fernando. O jornalismo e a enunciação. perspectivas para um narrador-jornalista. In: **CONTRACAMPO**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Niterói: Instituto de Arte e Comunicação Social, v. 12, p. 85-101, 2005.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade**. 3.ed. Lisboa: Presença, 2001.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Do pós-moderno ao pós-colonial**. E pra além de um e outro. Conferência de abertura do VIII Congresso Afro-luso-brasileiro de Ciências Sociais, realizado em Coimbra, de 16 a 18 de setembro de 2004. Disponível em: <www.ces.uc.pt/misc/Do_pos-moderno_ao_pos-colonial.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2007.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no telejornalismo: o que você vai ver a seguir**. Vitória: EspaçoLivros, 2009. 306p.

TRAQUINA, 2003. **O estudo do jornalismo no século XX**. 2. ed. São Leopoldo, RS: editora Unisinos, 2003. 220p.

WISEU, Alfredo. O newsmaking e o trabalho de campo. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. 286p. parte III, cap. 2, p. 223-236.

_____ ; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VISEU, Alfredo (Org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. 127p. cap.1. p.11-28.

ZELIZER, Barbie. **Covering the body**: the Kennedy assassination, the media and the shaping of collective memory. Chicago & London: University of Chicago Press, 1992.