

INTRODUÇÃO

Por dispor de um espaço privilegiado em nosso cotidiano, a televisão tem sido objeto de investigação de pesquisadores nacionais e internacionais em variados sentidos que dizem respeito à desde seus processos de produção até aos modos de recepção das mensagens televisivas. Interessada em contribuir para os estudos sobre tevê, a presente monografia se posiciona numa tentativa de colaborar especificamente com investigações já existentes que acreditam que a programação da TV pode ser dividida em gêneros televisivos e, dentro destes gêneros, podem ser encontrados subgêneros. A motivação principal é a possibilidade de contribuir para o entendimento do gênero programa jornalístico televisivo através da análise de um produto pertencente ao subgênero programa de grande reportagem.

O trabalho de conclusão de curso toma como objeto de análise o programa de grande reportagem *Globo Mar*, da Rede Globo. Essa escolha parte de um interesse de buscar compreender como ele reconfigura e dialoga com o subgênero televisivo programas de grande reportagem. Como um programa que tem como objetivo apresentar, em cada edição, uma grande reportagem a respeito do mar atualiza o modo de construção dos programas de grande reportagem?

O interesse acerca da questão também teve como motivação um plano de trabalho de iniciação científica que desenvolvi de setembro de 2008 até julho de 2009, intitulado “Metodologia de Análise de Telejornalismo: Programas de Grande Reportagem”, orientado pela professora Itania Gomes. Ele tinha como objetivo entender como convenções do gênero programa jornalístico televisivo são atualizadas no modo de endereçamento de três programas de grande reportagem - o *Globo Repórter*, da Rede Globo, o *Repórter Record*, da Rede Record, e o *Globo News Especial*, do canal fechado Globo News. É importante destacar que tanto esta pesquisa de iniciação científica quanto a monografia utilizam a metodologia proposta pela professora Itania Gomes e desenvolvida no Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo, coordenado por ela e do qual faço parte desde 2008. O trabalho do grupo está vinculado aos pressupostos dos *cultural studies* e à linha de pesquisa de Análise de Produtos e Linguagens da Cultura Mediática do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

Na pesquisa de iniciação científica, foram empregados dois conceitos da metodologia de análise de telejornalismo: gênero televisivo e modo de endereçamento. O objetivo foi explorar o conceito de modo de endereçamento para a compreensão da forma como os gêneros se articulam com a recepção. Durante o trabalho, foi verificada uma dificuldade em encontrar uma bibliografia voltada para os programas de grande reportagem e para a grande reportagem em geral. Percebeu-se que o *Globo Repórter*, além de ser o produto com maior bibliografia disponível, é, no contexto da televisão brasileira, o programa de grande reportagem mais tradicional do país por sua trajetória, por seu tempo em exibição, por sua localização em uma emissora já consolidada empresarialmente e por influências do *Globo Repórter* observadas em outros programas de grande reportagem, principalmente de emissoras concorrentes.

O cenário, a forma de apresentação do programa e o modo de construção da reportagem feitos pela produção do *Globo Repórter* se tornaram um modelo para outras redes concorrentes, o que consolidou a presença dos programas de grande reportagem na grade televisiva brasileira. Entretanto, recentemente, têm surgido programas pertencentes ao mesmo subgênero que descontrolam este modelo como é o caso do *Profissão Repórter*, da Rede Globo, de *A Liga*, da Rede Bandeirantes, e do *Globo Mar*. Apesar de seguirem a proposta de apresentar um tema a partir de vários ângulos, eles trazem mudanças quanto à linguagem audiovisual e à narrativa dos repórteres que assumem um relato subjetivo da cobertura e procuram mostrar os bastidores da produção da grande reportagem.

Diante dos indícios de mudanças em torno do subgênero televisivo programa de grande reportagem, esta monografia se interessa em compreender como este tem se reconfigurado no *Globo Mar*, já que ele, em cada edição, traz uma grande reportagem voltada para diversos aspectos de uma temática específica, no caso o mar, com uma forma de narrar que prioriza a subjetividade do repórter e de sua produção, procurando mostrar os bastidores da construção do produto final através de um diário de bordo.

O *Globo Mar* da Rede Globo foi ao ar, pela primeira vez, no dia 8 de abril de 2010, na faixa de programação das 23 horas, e finalizou sua primeira temporada em 10 de junho, tendo sido exibido sempre às terças-feiras, após o seriado *A Vida Alheia* e antes do *Jornal da Globo*. O *Globo Mar* foi substituído por outro programa de grande reportagem, o *Brasileiros*, que tem o objetivo de mostrar o trabalho social de pessoas em comunidades e também foi exibido em temporada. De acordo com informações de

Jimenez (2010), Arruda (2010) e o site Uol (2010), a Rede Globo produzirá a segunda temporada tanto do *Globo Mar* quanto de *Brasileiros*, prevista para a programação de 2011.

A fim de melhor entender o estilo deste programa, o trabalho analisa o seu modo de endereçamento através da articulação de quatro operadores desenvolvidos pelo Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo (os mediadores, o pacto sobre o papel do jornalismo, a organização temática e o contexto comunicativo). É importante destacar que os operadores não são excludentes nem se organizam por regras externas ao programa, mas, sim, representam os “lugares” para onde o analista deve olhar.

A análise abarca as nove edições que constituem a primeira temporada do programa. O trabalho dispõe de quatro capítulos. No primeiro, a metodologia utilizada é apresentada através da explicação dos conceitos de gênero televisivo e de modo de endereçamento para que seja possível o entendimento dos conceitos tomados como parâmetro para a análise e para que o leitor perceba com que noção de telejornalismo este trabalho lida. No intuito de permitir ao leitor uma compreensão mais ampla do interesse de pesquisa, o segundo capítulo traz concepções de grande reportagem para diferentes autores e seus primeiros passos no jornalismo impresso brasileiro. O terceiro trata a respeito do surgimento da televisão no Brasil e dos programas de grande reportagem, especificamente os da Rede Globo, por ser a emissora responsável pelo *Globo Mar*. Já o quarto capítulo apresenta a análise das nove edições da primeira temporada do programa. Durante o percurso analítico do trabalho, verifiquei que a atração televisiva construiu suas grandes reportagens de forma sempre articulada à ideia de aventura e que esta se apresentou como uma das maiores marcas do programa.

Esta monografia é acompanhada por nove DVDs, todos referentes às nove edições da primeira temporada do programa contempladas nesta análise. As edições gravadas correspondem às reprises veiculadas pelo Canal *Globo News* – de TV por assinatura.

1. GÊNERO TELEVISIVO E MODO DE ENDEREÇAMENTO

Gênero televisivo e modo de endereçamento são os dois conceitos utilizados como embasamento para a realização da análise do *Globo Mar*. Ambos têm em comum o fato de terem nascido do esforço de uma análise cultural e a preocupação com o sujeito, isto é, com o processo ativo de produção de sentido na cultura. Eles são utilizados na metodologia desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo para analisar diversos programas jornalísticos ou que tenham o jornalismo em suas estratégias de comunicação.

Posicionada na perspectiva teórico-metodológica dos *cultural studies* em associação com os estudos de linguagem, esta metodologia de análise de telejornalismo assume a premissa de que o telejornalismo é uma forma cultural e uma instituição social e tem como preocupação aspectos ao mesmo tempo históricos, sociais, ideológicos e culturais do telejornalismo. A metodologia, segundo Gomes (2007), enxerga a televisão como tecnologia e forma cultural, nos moldes de Raymond Williams (1997), buscando entender como se dão as relações entre formato e suporte. O telejornalismo é considerado aqui como “uma construção social, no sentido de que se desenvolve numa formação econômica, social, cultural particular e cumpre funções fundamentais nessa formação” (GOMES, 2007, p. 4).

Para Gomes (2007), analisar produtos telejornalísticos, considerando o telejornalismo como instituição social e como forma cultural, demanda uma forte contextualização: contextualização do programa na grade de programação da emissora, contextualização do programa em relação à emissora, entendida enquanto marca e enquanto organização jornalística, contextualização em relação à concorrência, contextualização em relação à televisão e em relação ao jornalismo, contextualização em relação à sociedade e à cultura. Na metodologia de análise de telejornalismo, a análise do contexto não se torna o lugar central da investigação, mas colabora para que o programa seja melhor compreendido. É importante destacar que a escolha na adoção dessa metodologia de análise, ligada à perspectiva teórico-metodológica dos *cultural studies*, é justificada, em boa medida, por sua concepção do jornalismo enquanto fruto de um processo histórico e cultural.

1.1. O CONCEITO DE GÊNERO TELEVISIVO

Este trabalho analítico sobre o *Globo Mar* segue os estudos de Barbero (2008) que posiciona o gênero como um meio para estudar os textos televisivos. Para analisar produtos midiáticos da cultura contemporânea, Barbero (2008) propõe o uso de um esquema, chamado por ele de mapa das mediações, através do qual é possível observar as relações entre cultura, comunicação e poder existentes no produto midiático. É importante esclarecer que, neste trabalho de conclusão de curso, é levada em consideração a versão mais recente e reformulada do mapa das mediações, cuja metodologia se encontra no prefácio da 5ª edição do livro *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. O principal objetivo do mapa é afastar a ideia de que a tecnologia é a grande mediadora das relações das pessoas com o mundo, porque o que importa é a apropriação feita dela. Neste esquema, o autor sugere quatro categorias a serem observadas e relacionadas umas às outras: *lógicas de produção, formatos industriais, competências de recepção e matrizes culturais*.

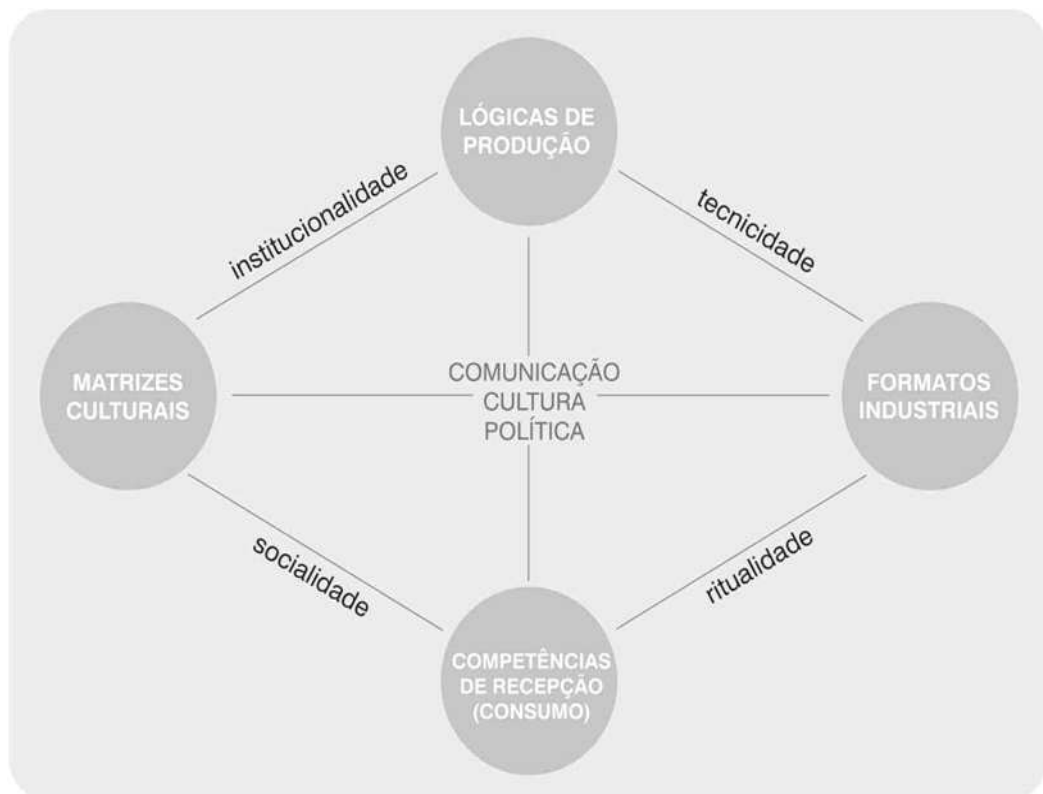


Figura 1 - O novo mapa das mediações. (In: SIFUENTES, 2010, p. 27).

Essas categorias são ordenadas em dois eixos: um diacrônico ou histórico de longa duração, tencionando as *matrizes culturais* e os *formatos industriais*; e um sincrônico que relaciona as *lógicas de produção* com as *competências de recepção*. No mapa, Barbero (2008) ainda estabelece outras mediações em diferentes regimes, que ligam cada uma destas categorias. As relações entre as *matrizes culturais* e as *lógicas de produção* se dão por mediações comunicativas de *institucionalidade*, que indicam os modos de regulação e disputas dos sistemas produtivos. As ligações entre as *matrizes culturais* e *competências de recepção* estão mediadas por diversas formas de *socialidade*, que indicam onde é possível perceber as apropriações da comunicação feitas pelos receptores, “os modos e usos coletivos de comunicação, as relações cotidianas que as pessoas estabelecem com os meios, gêneros, formatos televisivos” (GOMES, 2010, p. 30).

Entre as *lógicas de produção* e os *formatos industriais* estão as *tecnicidades*, que dizem respeito à reconfiguração de um modo de percepção da estrutura empresarial, da competência comunicativa e da competitividade tecnológica. Nesta mediação, a capacidade técnica de competir é usada para convocar os sujeitos para partilhar do *formato industrial* produzido, que tem sempre um valor econômico e empresarial agregado. E, finalmente, as *ritualidades* medeiam os *formatos industriais* e as *competências de recepção*, permitindo o entendimento dos usos sociais dos produtos midiáticos na prática da significação. Na interpretação de Gomes (2010), a *ritualidade* torna possível que se perceba que a relação entre *formatos industriais* e *competências da recepção* diz respeito “à sua ancoragem na memória, aos seus ritmos e formas, seus cenários de interação e repetição” (GOMES, 2010, p. 32).

Na relação entre *matrizes culturais* e *formatos industriais*, Barbero (2008) chama atenção para o seu aspecto histórico e para a relação de disputa na produção simbólica. Nesta articulação, é possível observar as transformações históricas que geram novos formatos e as diversas temporalidades que atuam no processo histórico. Nas *matrizes culturais*, estão as referências que geram *formatos industriais*, um processo de luta pela hegemonia simbólica. Já a articulação entre as *lógicas de produção* e as *competências da recepção* se faz pelos distintos modos como a TV incorpora o tempo da vida cotidiana, pelo modo como as lógicas do sistema produtivo, isto é, sua estrutura e suas dinâmicas, se articulam com as competências culturais dos diversos grupos sociais.

Tomando esta perspectiva das mediações de Barbero (2008) como base conceitual, gênero é considerado como a estratégia de comunicabilidade usada na relação entre os produtos midiáticos, a produção e sua audiência. Segundo ele, o gênero não é apenas uma estratégia de produção, de escritura, e sim, é principalmente uma estratégia de leitura. Assim, é possível entender que ele nos permite observar os processos comunicativos não simplesmente a partir das mensagens, mas da interação entre texto e leitor. Ele deve ser pensado como um espaço que sofre influência das determinações econômicas, das formações culturais e dos contextos sócio-históricos. Por isso, para o autor, os gêneros são momentos de uma negociação e exigem a construção de uma pragmática que pode dar conta de como opera seu reconhecimento numa comunidade cultural, sendo uma comunicação ligada aos vários universos culturais.

Uma abordagem complementar é elaborada por Mittel (2004) para quem o gênero televisivo é uma categoria cultural que opera através da relação dos textos com as indústrias midiáticas, o público, a política, a crítica e o contexto histórico e cultural. Segundo Mittel (2004), o texto em si não tem seu sentido compartilhado sem um reconhecimento do gênero que é socialmente partilhado. Os elementos textuais podem ganhar novos significados em termos de gênero a depender da cultura onde opera. Desta forma, os gêneros são considerados como processos ativos, capazes de apontar os modos como a mídia colabora e forma a cultura. Além disso, este autor destaca que os gêneros estão em um processo contínuo de formação, sendo categorias em fluxo constante, cuja análise deve ser situada historicamente.

Sobre os estudos de gênero televisivo, Jost (2004) diz que os produtos televisivos oscilam entre três mundos: o real, o ficcional e o lúdico. Para ele, nenhum produto pode ser atualmente tomado como exemplo de um dos mundos. No intuito de compreender melhor a questão, o autor defende um conceito de gênero televisivo elaborado a partir da definição de um campo comum sobre o qual se realiza a comunicação, em que estão presentes as estratégias do realizador e os horizontes de expectativas do receptor. Elas estão assentadas no que o autor chamou de “promessa” intrínseca ao gênero, oferecida pelo emissor que pode ou não ter a adesão do público. O gênero seria “uma promessa global sobre esta relação que vai propor um quadro de interpretações global aos atores ou aos acontecimentos representados em palavras, em sons ou em imagens” (JOST, 2004, p. 35). Para ele, o sentido de um determinado produto televisivo não está apenas no texto e nas imagens, mas também naquilo que é dito anteriormente sobre ele.

O gênero televisivo ou midiático é caracterizado também por Williams (1997) como a capacidade de situar a audiência em relação ao que ela pode esperar de um programa, dos assuntos tratados e dos modos como o produto televisivo se destina ao seu público. A partir do reconhecimento deste conceito na perspectiva de Williams, Gomes (2007) realiza uma abordagem sobre gênero televisivo que busca ultrapassar a dicotomia entre análise do produto televisivo e análise dos contextos sociais de sua produção ou de sua recepção e, assim, ir além de uma análise imanente da obra. Para a autora, o telespectador se relaciona com o programa norteado pelas expectativas que criou ao reconhecer o gênero do produto midiático.

Na TV, os produtos podem se encaixar em gêneros de programas jornalísticos, ficção seriada (como é o caso das novelas, minisséries e seriados), programas de auditório, reality shows, entre outros. É a partir do gênero televisivo no qual se identifica que o programa é socialmente reconhecido. Além dos gêneros televisivos, deve-se apontar a existência também dos subgêneros que são variações do gênero como os telejornais, os programas de entrevistas, os documentários televisivos e a preocupação desta monografia: os programas de grande reportagem. Os programas jornalísticos devem ser analisados a partir de uma perspectiva que leve em consideração as regras próprias do campo jornalístico em negociação com o campo televisivo.

É na articulação, portanto, entre os elementos próprios da linguagem televisiva, da produção jornalística e da representação da cultura que acreditamos que se dê a configuração de um gênero ou subgênero específico dentro da programação televisiva e, em consequência, os modos como ele, enquanto uma estratégia de comunicabilidade ou estratégia de interação se endereça aos seus receptores (GOMES, 2006, p. 118).

Entretanto, é preciso lembrar, conforme Gomes (2007), que o gênero televisivo é algo da ordem da virtualidade, o que quer dizer que não existe um exemplar puro de um gênero. Mas, mesmo assim, ele encontra sua realização em programas específicos e no modo de endereçamento que cada programa estabelece com o público.

São vários e variados os procedimentos e requisitos para classificar e hierarquizar os gêneros televisivos. Alguns autores defendem a classificação pela forma, temas, período histórico. Em qualquer dos casos, defrontamo-

nos sempre com problemas de essencialização, extensão e rigidez, de sobreposição. De todo modo, no nosso caso, os objetivos são compreender os modos como os gêneros guiam, enquadram (*frame*), a interpretação de um produto televisivo pelo receptor, e, nesse caso, as marcas genéricas fundamentais são aquelas que nos parecem articuladas ao modo de endereçamento (GOMES, 2006, p. 118).

Nas experiências de pesquisa realizadas no Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo, a articulação dos conceitos de gênero televisivo e de modo de endereçamento tem sido fundamental para a abordagem do programa. Por isso, o conceito de modo de endereçamento será tratado no próximo tópico.

1.2. O CONCEITO DE MODO DE ENDEREÇAMENTO

Enquanto o conceito de gênero colabora com o entendimento a respeito da relação entre programas e telespectadores a partir das marcas próprias do gênero, a noção de modo de endereçamento é voltada para o que é específico de um programa ao se relacionar com o receptor. Gomes (2007) elabora o conceito de modo de endereçamento, que “na medida em que diz do modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo” (GOMES, 2007, p. 15) permite ao analista observar como as relações históricas e sociais que definem o gênero se dão em um objeto específico.

O conceito de modo de endereçamento surgiu na análise fílmica, especialmente aquela vinculada à *screen theory*, e tem sido, desde os anos 80, adaptado para interpretação do modo como os programas televisivos constroem sua relação com os telespectadores. De acordo com Morley & Brunson (1978), o conceito de modo de endereçamento pode ser entendido como o conjunto de características e práticas comunicativas presentes na relação entre um programa e sua audiência que identificam e diferenciam o programa do resto de produtos ofertados na grade televisiva. Para Gomes (2007), é através da análise associada entre gênero e modo de endereçamento que é possível entender quais as expectativas dos receptores diante de certos programas e como estes acessam suas matrizes culturais. O modo de endereçamento diz do todo de um programa, ou seja, do modo como as marcas de gênero são atualizadas em um produto específico.

Aqui, portanto, adotamos o conceito de modo de endereçamento naquilo que ele nos diz, duplamente, da orientação de um programa para o seu receptor e de um modo de dizer específico; da relação de interdependência entre emissores e receptores na construção de um estilo. Nessa perspectiva, o conceito de modo de endereçamento se refere ao modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais (GOMES, 2006, p. 111).

Para o estudo do modo de endereçamento de programas jornalísticos televisivos, a autora estabelece quatro operadores de análise, que consideram a articulação dos elementos semióticos com elementos discursivos, sociais, ideológicos, culturais e propriamente comunicacionais. Ao observar os operadores – mediadores, contexto comunicativo, organização temática e pacto sobre o papel do jornalismo – de forma articulada entre si, o analista é capaz de acessar o modo de endereçamento de um programa específico. Segundo Gomes (2007), os operadores são os “lugares” para onde o analista deve olhar e não o fim último do esforço analítico.

Os mediadores correspondem aos apresentadores, repórteres, produtores, cinegrafistas, editores, comentaristas, ou seja, todos aqueles que produzem o programa. É fundamental para o modo de endereçamento do programa a percepção do vínculo que os mediadores estabelecem com os telespectadores no que diz respeito à sua performance, à trajetória no campo jornalístico, à familiaridade que estabelecem através da veiculação diária/semanal, à credibilidade que possuem e carregam para o programa, ao modo como os programas constroem a credibilidade dos seus profissionais e legitimam os papéis por eles desempenhados.

Conforme Gomes (2007), para entender como um programa constrói uma relação com o público, é importante analisar, sobretudo, quem são os apresentadores, seu posicionamento diante das câmeras e, portanto, como se colocam para o telespectador, já que eles representam, muitas vezes, a “cara” da atração televisiva. A trajetória no campo midiático é um aspecto fundamental a ser analisado. Bourdieu (1996) desenvolveu um procedimento metodológico chamado “estudo de trajetória” para a compreensão do papel e da poética de um determinado “criador”¹. Bourdieu propõe, num “estudo de trajetória”

¹ Neste caso, o interesse principal de Bourdieu era estudar a trajetória de artistas / escritores, já que ele propõe, em *As Regras da Arte* (1996), para se compreender a gênese de uma obra, que sejam levadas em conta as relações do artista no campo de produção simbólica a que ele pertence, bem como os

a reconstituição do percurso biográfico, intelectual e profissional do objeto de estudo, mapeando suas relações com outros agentes do “campo” e seus investimentos ao longo da vida. “Toda trajetória social deve ser compreendida como uma maneira singular de percorrer o espaço social” (BOURDIEU, 1996, p. 292).

O perfil do apresentador, analisado através deste operador, oferece pistas do modo de endereçamento do programa e indica a apropriação particular que ele faz dos elementos do gênero programa jornalístico. Mas, além do apresentador, é recorrente, na televisão brasileira, a valorização do trabalho do repórter no intuito de dar credibilidade à atração. Nos programas de grande reportagem, o papel central cabe ao repórter. Ele é o profissional que vai atrás da notícia, testemunha os acontecimentos e apura a informação. No *Globo Mar*, Mariana Ferrão e Ernesto Paglia assumem duplamente o papel de apresentadores e repórteres.

O operador do contexto comunicativo corresponde à identificação do contexto construído pelo programa televisivo para se endereçar à audiência, compreendendo o emissor, o receptor e as circunstâncias espaço-temporais em que o processo comunicativo se dá. Afinal, a comunicação se dá em um ambiente social, físico e mental partilhado. Nas palavras de Maia (2005, p. 53), o contexto comunicativo:

Diz respeito ao modo como os emissores se referem aos seus receptores e como situam um e outro na troca comunicativa construída no texto. Estão inscritas no contexto comunicativo as orientações explícitas e implícitas do programa em relação a um modo de considerar a notícia e a realidade social apresentada que serve, também, para posicionar ambos na situação comunicativa.

Maia (2005) explica que o contexto comunicativo está imerso em diversos aspectos do programa, o que inclui, por exemplo, chamadas persuasivas e elementos da postura do apresentador e do cenário. Eles funcionam no sentido de construir o ambiente comunicativo sobre o qual o texto vai atuar. O contexto comunicativo permite ainda um entendimento sobre as escolhas de programação e qual o lugar que o programa ocupa dentro do fluxo televisivo. Para a autora, a performance gestual utilizada pelos mediadores também pode integrar a rede de produção de sentido que

constrangimentos sociais e materiais a que está submetido. Apesar de Bourdieu ter apontado como objeto de estudo artistas, mais especificamente neste livro o escritor Gustave Flaubert, o procedimento metodológico de “estudo de trajetória” é frutífero para análise dos mediadores.

serve para construir um modo específico do programa se dirigir à audiência e de sugerir ao receptor que ocupe o lugar que lhe é destinado para compartilhar.

Já a organização temática corresponde à forma como o programa organiza a apresentação de seus temas, representando uma aposta - por parte da emissora e daqueles que constroem o produto televisivo - em determinadas competências e interesses do telespectador. No caso do *Globo Mar*, que é um programa de grande reportagem que circunda em torno de um tema – especificamente, o mar -, pode-se afirmar que a temática é um operador de grande importância para entender o modo de endereçamento. De acordo com Gomes (2007), em programas temáticos, cabe analisar como a temática é abordada e como se articula aos outros operadores de análise para estabelecer os vínculos com a audiência. Como o tema se apresenta e como ele configura o programa é o que se pretende entender.

Sobre o pacto sobre o papel do jornalismo, pode-se dizer que a relação entre programa e telespectador é regulada por um pacto sobre o papel do jornalismo na sociedade e é a partir dele que o telespectador guiará suas expectativas a respeito do programa. Para sua compreensão, é fundamental a análise de como o programa atualiza valores, normas e convenções que constituem o jornalismo enquanto instituição social. É preciso que se verifique como o programa lida com noções importantes para o jornalismo como objetividade, imparcialidade, factualidade, interesse público, responsabilidade social, liberdade de expressão e de opinião, atualidade, pertinência e relevância da notícia.

O modo como as emissoras utilizam as tecnologias de imagem e som a serviço do jornalismo e o modo como elas procuram mostrar para o telespectador o trabalho que foi necessário para a construção da notícia ou do programa são importantes serem observados para observar as estratégias de estabelecimento de uma credibilidade. Como o programa lida com suas fontes e qual é o lugar assegurado a elas são perguntas que devem ser formuladas ao longo da análise. Ao se analisar o pacto sobre o papel do jornalismo, esse pacto é marcadamente histórico e cultural.

No âmbito do Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornais, Gomes (2006) acredita que a análise do modo de endereçamento tem possibilitado o enfrentamento de questões como a classificação dos produtos televisivos e os parâmetros de avaliação da qualidade dos programas jornalísticos televisivos. Na avaliação da autora, o conceito de modo de endereçamento têm oferecido algumas vantagens para a análise do

telejornalismo. Ele tem permitido a aproximação texto / contexto, a vinculação dos programas ao contexto social, aos valores sociais de determinado momento histórico, o que é útil para o desenvolvimento de bases para uma crítica televisiva.

2. A GRANDE REPORTAGEM

No intuito de fomentar uma discussão sobre a grande reportagem, este capítulo traz abordagens de autores brasileiros preocupados com a questão. Como o *Globo Mar* se trata de um produto televisivo nacional, o trabalho de conclusão de curso se atém a uma discussão no contexto do Brasil acerca da grande reportagem, de suas características e de alguns exemplos de publicação no jornalismo impresso. O objetivo, ao destacar a visão dos autores a respeito das marcas da grande reportagem no jornal impresso ou na televisão, é entender como se deu as configurações e reconfigurações dela no *Globo Mar*. É importante observar que os jornalistas, revistas e jornais apontados como os primeiros exemplos de responsáveis pela elaboração de grandes reportagens no jornalismo impresso brasileiro são citados aqui pela relevância dos mesmos reconhecida pela crítica, pela imprensa e em trabalhos acadêmicos.

2.1. PERCEPÇÕES SOBRE O CONCEITO DE GRANDE REPORTAGEM E SEUS PRIMEIROS PASSOS NO JORNALISMO IMPRESSO BRASILEIRO

Na concepção de Lima (2004), a grande reportagem busca informar e orientar em profundidade sobre ocorrências sociais, episódios factuais, acontecimentos duradouros e pessoas de modo que ofereça ao leitor o significado do mundo contemporâneo. O aprofundamento proporcionado pode ser extensivo e intensivo. Segundo o autor, o aprofundamento extensivo / horizontal amplia quantitativamente o conhecimento do leitor sobre o tema, especificamente por meio de dados, números, informações e detalhes relacionados. Já o aprofundamento intensivo / vertical amplia qualitativamente esse conhecimento, apontando causas, consequências, efeitos, desdobramentos, repercussões e implicações do assunto reportado. Para o autor, portanto, a grande reportagem se diferencia da reportagem comum, porque, de acordo com ele, esta é efêmera, enquanto a outra une qualidade de informação (apuração jornalística) à qualidade de texto (narrativa).

Por sua vez, Medina (2003) chama de narrativa da contemporaneidade o texto jornalístico que aprofunda a compreensão do real e de sua complexidade. Esta narrativa da contemporaneidade se dá quando acontece, segundo Medina, uma re-humanização das pautas, uma reportagem de aprofundamento, uma busca pela identidade cultural e uma compreensão do cotidiano, dos tempos e dos espaços da atualidade. A grande reportagem, de acordo com Medina (2003), deve fazer um mergulho na realidade, atravessando a sociedade, a cultura e o mito. Com isso, ela tem a ambição de ultrapassar o factual, a mera descrição dos fatos.

Criado (2006) acredita que, metodologicamente, a grande-reportagem se vale da contextualização socioeconômica, do resgate econômico, do debate conceitual e da construção de protagonistas. Para o autor (2006, p. 36-37), a grande reportagem:

Contextualiza quando traça a rede de forças que interagem sobre um determinado acontecimento. Faz o resgate histórico quando busca os antecedentes, as origens daquele fenômeno. Realiza o debate conceitual quando se sustenta em suporte especializado, que não dá veredictos sobre o tema, mas oferece visões inovadoras acerca do assunto. E, finalmente, constrói protagonistas porque são eles que, no cotidiano, dão significado a toda teia de acontecimentos.

Para Criado (2006), enquanto no jornalismo exercido pelas redações no cotidiano as declarações servem apenas para ilustrar ou confirmar aquilo que o narrador já informou como fatos, na grande reportagem, as vivências ganham maior destaque. Dessa forma, a grande reportagem busca se distanciar de um modelo narrativo convencional (à fórmula norte-americana de responder às perguntas: quem, o quê, quando, onde, como e por quê) e, por sua extensão e aprofundamento, exige soluções narrativas mais ousadas e criativas.

A grande reportagem estaria, em alguma medida, em sintonia com aquilo que Beltrão (1976) chamou de jornalismo interpretativo ao fazer um estudo sobre os gêneros jornalísticos. Para ele, o jornalismo interpretativo tem a função de ampliar a informação dada pela notícia, recuperando sua historicidade e os impactos provocados na sociedade. O conceito criado por Beltrão (1976) aparece como uma das alternativas para diferenciação do jornalismo impresso. O autor diz que o texto que representa o jornalismo interpretativo é a reportagem em profundidade, cujas características principais apresentam semelhanças às da grande reportagem: fornecer informação

precisa e completa; situar conscientemente os acontecimentos em seu contexto adequado, manifestando suas relações essenciais; ir além do imediato e empírico em busca de uma compreensão mais contextualizada; escolha de temas atuais ou contemporâneos, de acordo com a atualidade, a periodicidade e a factualidade; acesso imediato ao plural e diverso que está sendo produzido no espaço social da humanidade e do tempo presente. Para Beltrão (1976), a interpretação no jornalismo é a busca por aspectos não tão facilmente registráveis, sem se afastar, no entanto, dos fatos correntes.

A grande reportagem em geral, segundo De la Rue (2006), em sua origem, surgiu em boa parte de relatos de grandes aventuras, epopeias e viagens. Nas palavras do autor, “comparadas a pequenos textos que não saíam das fronteiras de uma cidade, as grandes reportagens representavam e representam um emocionante caminho a ser trilhado” (DE LA RUE, 2006, p. 188).

A narrativa jornalística, em reportagem, no Brasil, ensaiou seus primeiros passos de independência da literatura em busca de um caminho próprio através dos trabalhos de Euclides da Cunha e João do Rio. De acordo com Avighi (1987), a obra *Os Sertões*, de Euclides da Cunha, lançada em 1902, revela esforço que “está nos limites da grande reportagem”. Para ele, apesar de *Os Sertões* não ser um trabalho jornalístico, deve ser reconhecido como o prenúncio do potencial futuro reservado à reportagem em forma de livro, até porque muitas de suas páginas foram originalmente redigidas como matéria destinada ao jornal *O Estado de São Paulo* durante a Guerra de Canudos e, depois, modificadas do texto jornalístico para um trabalho mais literário.

Com esta obra, Euclides da Cunha representa, na concepção de Avighi (1987), o protótipo da figura que vai ser decisiva no futuro para o amadurecimento do jornalismo de profundidade enquanto reportagem, pois o escritor e jornalista investigou com esmero as situações e conviveu com diversas fontes para fazer jus à complexa questão trabalhada. Segundo ele, com visão apurada do que acontecia no mundo naquela época, Euclides da Cunha buscava um conhecimento paralelo sobre os eventos, o que equivaleria a um jornalismo interpretativo de qualidade.

Quanto a João do Rio, nas palavras de Lima (2004), os textos do jornalista se destacaram no cenário jornalístico no Rio de Janeiro, no nível da reportagem, entre 1900 e 1920, e deixaram marcas de um pioneirismo por conta da observação detalhada, da coleta de informações e das entrevistas às fontes. Segundo o autor, João do Rio deve ser visto como um percussor da abordagem em profundidade, mas é preciso levar em

conta que seu trabalho não chegou a ser uma tendência no período. Depois de João do Rio, Joel Silveira é considerado um dos jornalistas pioneiros da grande reportagem a partir da década de 1930. Para Chiquim (2009), ele se notabilizou por um estilo que mistura reportagem, crônica e artigo, traçando perfis de personalidades da época, como o do presidente João Goulart. As grandes reportagens de Joel Silveira publicadas nos jornais impressos ganharam destaque, segundo Júnior (2001), por apresentarem diferenciais como “sua capacidade incomum de guardar datas, nomes e fatos em detalhes mínimos” (JÚNIOR, 2001). Conforme o autor, o jornalista não se contentava em apenas informar os fatos e buscava usar recursos estilísticos para enriquecer o texto, aproximando-o da linguagem literária.

Na década de 1960, a revista *Realidade*, publicação mensal da Editora Abril, foi outro exemplo em produção de grande reportagem. O número experimental da revista foi publicado em novembro de 1965 em uma tiragem de apenas 5 mil exemplares. Em abril do ano seguinte, a primeira edição foi lançada com mais de 250 mil exemplares e esgotou em três dias. Posteriormente, o sucesso de tiragem e vendas cresceu. Na edição de fevereiro de 1967, foi alcançado o recorde de 505.300 exemplares. Para Lima (2004), o que explicou o sucesso da revista foi sua proposta editorial em sintonia com as condições de mudança do mercado de revistas. Naquele período, as grandes publicações de informação geral no Brasil eram *O Cruzeiro* e *Manchete*.

O autor considera que a revista *Realidade* foi influenciada pelo *New Journalism*, movimento surgido nos Estados Unidos na década de 1960 que buscou estabelecer uma aproximação entre o jornalismo e a literatura. O *New Journalism* procurou afastar o jornalismo das técnicas tradicionais de cobertura, que se mostravam presas a fórmulas de escrita como a técnica do *lead* e da pirâmide invertida, que é hierarquizar as informações e contar o mais importante logo no início. O movimento propunha um afastamento desse modelo e pregava um mergulho profundo do repórter no tema a ser abordado, com a utilização de recursos literários para enriquecer a construção textual.

Lima (2004) assinala alguns fatores que tornaram a revista *Realidade* um sucesso: a universalidade temática ampliada, a transformação da atualidade em contemporaneidade e o texto literário. A universalidade temática ampliada foi uma característica da revista por conta das pautas que procuravam abranger a diversidade cultural do Brasil – os “diversos campos da atividade econômica, da produção artística, da existência social, do comportamento humano, da condição religiosa, da disputa

política, da arena esportiva” (LIMA, 2004, p. 225). Quanto à transformação da atualidade em contemporaneidade, Lima (2004) destaca que *Realidade* não se prendeu aos fatos do dia-a-dia, propôs sair da ocorrência para a permanência e seus temas não foram fatos isolados imediatos, mas sim a situação, o contexto em que estes fatos se deram.

Por conta da periodicidade da revista ser mensal, o tempo de captação livrou-se da imposição do cronograma curto. *Realidade* primou por um texto solto, com expressão literária ajustada ao relato, não havendo, portanto, estilo uniforme padrão e tendo cada matéria um toque individual do repórter que mostrava sua maior ou menor habilidade para lidar com o material de uma determinada reportagem. A partir de 1968, com a instituição do AI-5, assuntos polêmicos que costumavam ser abordados em cada edição começaram a ser proibidos, porque a mesma tinha força política e sofreu uma censura rigorosa. No ano de 1976, a revista *Realidade* encerrou sua publicação.

Considerado por Lima (2004) como outra influência do *New Journalism* no Brasil, o *Jornal da Tarde*, lançado em 1966, também foi um espaço de publicação de grandes reportagens. Ele se propôs a tratar da cidade de São Paulo como palco preferencial de cobertura e trouxe como características a criatividade do texto, a busca pela interpretação dos acontecimentos, as narrativas extensas e as aberturas do texto que não seguiam a fórmula do *lead* nem da pirâmide invertida. De acordo com Degl’iesposti (2009), o jornal procurava mostrar os problemas da cidade sob o ponto de vista de pessoas anônimas como motoristas, pedestres e mães de família. O autor afirma que as grandes reportagens veiculadas no *Jornal da Tarde* reconstruíam cenas, reproduziam diálogos e envolviam os leitores com textos que resgatavam gestos, olhares, hábitos e costumes.

No que diz respeito à grande-reportagem na televisão, Degl’iesposti (2009) considera que não existe uma construção única para ela e não há regras muito rígidas para fazê-la, sendo possível se considerar o uso de observações dispersas para traçar diagnósticos e prenúncios da realidade ou fenômenos. Para ele, na grande reportagem, as narrativas humanizadas podem vir a ser um dos seus principais eixos, sobretudo com a captação de gestos e olhares que a distinguem do convencional. É possível uma contextualização que permite abordar melhor as questões conflituais.

A recuperação da memória em torno dos antecedentes do fato, as correlações e entrevistas para subsidiar o telespectador são outros procedimentos que permitem fugir ao lugar-comum, tecendo os nexos do acontecimento. [...] Retratam a situação de um fenômeno ou um dado acontecimento e suas interfaces (DEGL' IESPOSTI, 2009, p. 107).

Degl'iesposti (2009) afirma que as impressões do repórter contam de forma significativa para a sensibilização do telespectador, no sentido de conduzi-lo a uma aproximação com os fatos narrados e suas intersubjetividades, àquilo que diz respeito às emoções e que representam uma forma de conhecimento da realidade. Na visão de De La Rue (2006), existe uma falta de estudos acadêmicos sobre a grande reportagem televisiva e isso indica uma dificuldade de definição de um evento muito heterogêneo.

A grande reportagem é maior, mas não temos ao certo a duração. Leva mais tempo para captar, editar, mas não sabemos bem quanto é esse tempo. Assim, a grande reportagem se define hoje muito mais pelo que ela não é, numa oposição ao jornalismo diário. Ainda assim, ela precisa de atualidade, algo que dê sentido à sua existência numa televisão comercial (DE LA RUE, 2006, p. 186).

De acordo com De la Rue (2006), para a elaboração de uma grande reportagem televisiva, não há manual. O trabalho terá resultados diferentes a depender da equipe que for reunida para o desenvolvimento dele. Ele destaca que o produto final terá um pouco de cada equipe e, de preferência, muito das pessoas que tiveram uma parte de suas vidas mostrada na televisão. A grande reportagem, na concepção de De la Rue (2006), preza pela fuga do lugar comum aliada aos pilares do jornalismo - o conflito, a apuração, a contraposição e a clareza. Cada assunto dará um formato e um enfoque, num processo de criação único para cada grande reportagem. Sobre o encaixe da grande reportagem em uma grade de programação de TV aberta comercial em que o IBOPE é um fator importante, o autor diz:

Numa programação pautada pelo domínio da audiência, a grande reportagem trará assuntos de uma massa difusa, a maioria. É ela que vai ditar temas, enfoques e até mesmo as narrativas. [...] Mesmo que pelas mãos do mercado, a necessidade de atender a todos mais inclui e agrega do que afasta. Assim, a tirania da maioria dos telespectadores faz com que assuntos mais populares, mais necessários, sejam agendados pelas grandes

reportagens de emissoras de prestígio: saúde, habitação, alimentação (DE LA RUE, 2006, p. 187).

Assim, na visão de De la Rue (2006), tudo o que a maioria não quer ou prefere não saber tem grande chance de exclusão da temática abordada na grande reportagem televisiva. Para ele, o gosto e a compreensão do grande público podem ditar as regras.

3. O SURGIMENTO DA TELEVISÃO NO BRASIL E O DESENVOLVIMENTO DOS PROGRAMAS DE GRANDE REPORTAGEM

Nos anos 50, juntamente com outros empreendimentos culturais de cunho mais empresarial, nasce a televisão brasileira, tendo como primeira emissora a TV Tupi, devido ao empreendedorismo de Assis Chateaubriand, dono do conglomerado de empresas de comunicação *Diários Associados*. Depois dos Estados Unidos, da Inglaterra e da França, o Brasil foi o quarto país do mundo a ter uma emissora de TV e, neste ano de 2010, a televisão brasileira completa 60 anos de fundada. Como ressalta Borelli e Priolli (2000), a TV Tupi começou, em 1950, em São Paulo e depois, nos anos seguintes, expandiu-se para outras capitais brasileiras como Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre.

Mais três emissoras se instalaram em São Paulo na década de 50: a TV Paulista (1952), a TV Record (1953) e a TV Excelsior (1959). A televisão começou a se consolidar em meados da década, quando “o Ibope iniciou a medição da audiência de TV e os anunciantes, antes descrentes, começam a chegar” (BORELLI & PRIOLLI, 2000, p. 96). Segundo Ortiz (1988), embora tenha ocorrido uma multiplicação de emissoras de televisão, as condições técnicas eram escassas e a estrutura de funcionamento das mesmas era precária, pouco comercial, com produção e distribuição regionais. Por conta destas limitações técnicas e financeiras, toda a programação era exibida localmente com o material ao vivo ou em película. O amadorismo e o improvisado eram aspectos fortes na produção televisiva da década de 50. Na televisão dos primeiros tempos, importava-se do rádio e do teatro profissionais técnicos e artísticos. Rossini (2006) afirma que o mesmo aconteceu com os audiovisuais cinematográficos de caráter documental que supriram os primeiros telejornais de imagens de fatos que a tevê, por falta de condições técnicas, ainda não podia suprir.

De acordo com Ortiz (1988), a popularização do veículo se potencializou mesmo nos anos 60 com a venda do aparelho em série que, somada às melhores condições de produção e à regularização da programação televisiva, desenvolveu um hábito de assistir TV, inicialmente, nos habitantes das grandes cidades brasileiras. A década de 60 foi marcada também pelo começo do uso do *videotape*, pela concorrência forte entre a

TV Tupi e a TV Excelsior e pelo sucesso dos grandes festivais de música popular brasileira e shows musicais exibidos pela TV Excelsior, TV Record e, no Rio de Janeiro, pela TV Rio. Em 1965, a Rede Globo de Televisão foi inaugurada e, assim como ela, outras três emissoras foram instaladas em São Paulo - a TV Bandeirantes (1967), a TV Cultura (1964) e a TV Gazeta (1970). Apesar de dividir atenções com a TV Tupi e a TV Excelsior, a Rede Globo não demorou muito para superar as duas concorrentes. Como relatou Ortiz (1988), a TV Excelsior, mesmo com o seu investimento em modernização, enfrentou problemas com o Regime Militar por ter apoiado o presidente João Goulart antes do golpe e fechou as portas.

A Rede Globo enfrentou dificuldades em suas atividades iniciais devido à sua vinculação com o grupo Time-Life, que violava as leis nacionais relativas à comunicação na medida em que dava a um conglomerado estrangeiro interesses em uma empresa nacional de comunicações. Contudo, conforme Ortiz (1988), o acordo proporcionou uma colaboração tecnológica e financeira que possibilitou o desenvolvimento da rede de televisão. Apesar de a Rede Globo ter enfrentado comissões parlamentares de inquérito para investigar a intromissão dos interesses americanos nos meios de comunicação brasileiros, “os contatos da emissora junto à área militar eram fortes, e ela pôde se beneficiar da complacência do regime que não hesitou em favorecê-la” (ORTIZ, 1988, p. 155). Em contrapartida, a Globo se tornou uma forte aliada na promoção da integração nacional via sistema televisivo. A transmissão em rede era interessante do ponto de vista econômico para emissora por poder proporcionar a ampliação e a unificação do mercado consumidor. Afinal, diferentes regiões do Brasil poderiam assistir a um mesmo programa ao mesmo tempo, o que era importante para a afirmação dela enquanto empresa de comunicação.

O primeiro programa transmitido em rede pela TV Globo foi o *Jornal Nacional* no ano de 1969. O telejornal fez tanto sucesso que, além de ter superado o *Repórter Esso*, programa jornalístico de maior audiência no horário nobre desde os anos 1950, contribuiu para que a Rede Globo investisse na produção de mais noticiários. Conforme iam melhorando as condições técnicas de captação e transmissão das imagens, melhorava também o formato do telejornal. A década de 1970 foi marcada pela estréia de programas jornalísticos que até hoje estão na grade de programação da emissora como o *Globo Repórter* e o *Fantástico*, ambos lançados em 1973. Segundo Rossini (2006), no Brasil, nos anos 70, as empresas de televisão primavam muito pela inovação,

apesar da censura imposta pelo regime militar, e este espírito empreendedor provocou mudanças constantes no gênero televisivo programa jornalístico, deixando marcas naquilo que é produzido ainda hoje.

A recuperação deste início de formação da televisão no Brasil é importante para esta monografia para que seja possível entender as bases históricas da emissora onde foi possível a produção do *Globo Mar* e perceber em que sentido a concepção organizacional da Rede Globo, que vem desde as suas origens, interfere no modo de endereçamento do programa. Realizar uma abordagem, em termos de Brasil, a respeito do subgênero televisivo *programas de grande reportagem* exige que se trate ainda do *Globo Shell Especial* e do *Globo Repórter* que, além de ser o segundo programa jornalístico mais antigo da televisão brasileira em exibição, foi um dos primeiros programas de grande reportagem brasileiros.

3. 1. O GLOBO SHELL ESPECIAL, O GLOBO REPÓRTER E O PROFISSÃO REPÓRTER

De acordo com o Memória Globo (2010), o programa *Globo Shell Especial* foi transmitido, durante seu início em 1971, todas as quintas-feiras, às 23 horas, com o nome de *Globo Especial*, exibindo filmes que faziam parte das séries *Wolpers Specials* e *Public Affairs*, produzidas pela equipe técnica e repórteres da rede norte-americana *Columbia Broadcasting Systems* (CBS). Em setembro de 1971, com o patrocínio da companhia multinacional Shell, a TV Globo começou a produzir uma série de 20 documentários especiais, com 45 minutos de duração, sobre vários aspectos da realidade brasileira e, por isso, o programa passou a se chamar *Globo Shell Especial*. O material era filmado em 16 mm, com equipamento Arriflex. Para este trabalho, a Rede Globo incorporou profissionais de cinema à sua equipe como o cineasta Paulo Gil Soares que dirigiu edições como “Arte popular”, “Testemunho do Natal” e “Como come o brasileiro”. Sobre o *Globo Shell Especial*, Palha (2007, p. 46) conta:

O programa aos poucos ganha impulso no contexto destes primeiros anos da década de 1970 e últimos do governo Médici, marcados por uma extremada repressão política responsável nos anos anteriores pelo fechamento de

jornais e emissoras, recrudescendo a política de censura prévia aos meios de comunicação.

Segundo Formaggini (2002), o programa alcançou grandes níveis de audiência e foi antecipado do horário das 23 horas para o das 21 horas. Quer dizer, ganhou espaço no horário nobre da maior rede de televisão do país e chegou a registrar 60 pontos de audiência. O último *Globo Shell Especial* foi exibido em março de 1973 e apresentou o documentário colorido “Velho Chico, santo rio” do diretor Carlos Augusto de Oliveira, sobre o Rio São Francisco.

Para De la Rue (2006), a grande reportagem na televisão surgiu justamente de um cruzamento que o cinema teve, num determinado momento, com o jornalismo. Apesar de grande reportagem não ser sinônimo de documentário, é possível perceber que o documentário foi uma espécie de matriz cultural da grande reportagem televisiva e o *Globo Shell Especial* contribuiu, em alguma medida, para a formação deste subgênero na TV brasileira. Não é questão central deste trabalho a definição de documentário, suas peculiaridades nem a relação entre ele e os programas de grande reportagem, mas é preciso fazer uma abordagem, mesmo que de maneira breve, sobre alguns destes aspectos, já que este trabalho aponta o documentário como uma das matrizes culturais dos programas de grande reportagem, subgênero ao qual se vincula o objeto de análise.

O documentário foi se definindo enquanto gênero a partir dos anos 20 e teve como primeiros documentaristas Robert Flaherty, Dziga Vertov e John Grierson. Segundo Serafim (2010), foi em 1922 que o primeiro filme documentário, *Nanook do Norte*, foi realizado pelo estadunidense Robert Flaherty. Na obra, ele apresentou o cotidiano dos Inuites do norte do Canadá e obteve enorme sucesso de crítica, dando prosseguimento posteriormente à sua carreira de documentarista. Contemporâneo à Flaherty, Dziga Vertov realizou, na URSS, obras cinematográficas documentais de cunho propagandístico, mas com um trabalho bem elaborado no que concerne à montagem.

Serafim (2010) aponta que a importância do cinema documental foi mesmo alcançada graças ao interesse do escocês John Grierson pelo gênero, quando ele, em 1927, escreveu um artigo no jornal nova-iorquino *The Sun*, classificando o filme *Moana* de Flaherty como pertencente ao gênero “documentário social”, termo utilizado pela primeira vez para se referir ao cinema. De acordo com Serafim (2010), foi a partir

deste momento que houve concretamente um marco divisor no que tange aos gêneros cinematográficos: por um lado, a ficção e, por outro, o documentário. Grierson se destacou ainda por ter criado um grupo – conhecido como Escola de Grierson – composto por pessoas interessadas em realizar filmes documentais como o brasileiro Alberto Cavalcanti e Robert Flaherty. Conforme Rossini (2006), os trabalhos de Flaherty, Vertov e Grierson buscavam registrar e compreender histórias de personagens dentro de um contexto social.

Embora os documentários se utilizassem de todos os elementos de linguagem fílmica e narrativa comuns aos filmes de ficção, eles procuravam registrar suas imagens do cotidiano sem os artifícios do estúdio, do roteiro, dos atores profissionais. A ideia de um filme sobre o real começava a se delinear nesse entremeio cinematográfico. (ROSSINI, 2006, p. 244)

Serafim (2009) observa que, entre os muitos filmes documentais produzidos pela chamada Escola de Grierson, existe um que propôs um modelo narrativo parecido com o que é feito hoje pela televisão na reportagem e no telejornalismo. O filme é o curta-metragem de 13 minutos, *Housing Problems*, de realização dos cineastas Arthur Elton e E. H. Anstey em 1935, que trata a respeito dos problemas de moradia dos habitantes da periferia pobre do leste londrino. Serafim (2009) descreve a estrutura de *Housing Problems* para mostrar que é possível notar que ela representa um modelo que pode ser visto na televisão ainda hoje, com suas devidas variações, no que diz respeito às reportagens e ao documentário televisivo.

Temos inicialmente uma voz over que nos informa sobre a temática do filme, ao mesmo tempo em que são mostradas as moradias insalubres. Após esse prólogo, a voz over nos apresenta o primeiro morador. A partir de então o filme nos mostra esse personagem, que falará diretamente para a câmera (um dos raros exemplos de utilização do som direto nos anos 1930) sobre as péssimas condições de moradia, ao mesmo tempo em que a imagem utiliza-se de inserts que ilustram a fala do morador. Este esquema será o mesmo para os outros moradores, que apontarão diversos problemas de moradia ao longo do filme. No final temos o retorno da voz over que conclui o filme com um discurso positivo, informando que em decorrência dos investimentos da companhia de gás da cidade (produtora do filme) as condições de moradia eram já melhores. (SERAFIM, 2009, p. 51)

No que diz respeito ao documentário televisivo, Souza (2004), o enxerga como “um gênero com raízes históricas no cinema” que preza pelo aprofundamento do tema com entrevistas e produção de imagens em diversos locais, buscando o máximo de informações possíveis. Melo, Morais e Gomes (2001) buscam uma conceituação mais específica do documentário do que apenas “mais profundo” em relação à reportagem e à notícia televisivas. As autoras acreditam que o documentário não corresponde a uma mera documentação e, sim, a um processo de construção de valores sobre o mundo, que pode ser feito através de depoimentos, de imagens de arquivo, de reconstituições dramatizadas, do narrador e de outras estratégias narrativas.

Para Melo, Morais e Gomes (2001), a marca principal do documentário televisivo é o caráter autoral, que diz respeito à maneira “como se dá voz aos outros”, ao ponto de vista do diretor, seu olhar pessoal e subjetivo. Elas afirmam que, mesmo com a apresentação de várias vozes no documentário televisivo, a que predomina é a do diretor. Este é um dos pontos que a grande reportagem se diferencia do documentário, já que, no relato jornalístico, a busca pela objetividade e pela imparcialidade - princípios que, conforme os manuais de jornalismo, devem guiar a prática dos profissionais da área - deve imperar.

De la Rue (2006) afirma que os documentários fogem ou tentam fugir, desde a sua origem, de qualquer semelhança com o jornalismo. Ele aponta que uma diferença entre a grande reportagem e o documentário televisivo é que a primeira aparece como resultado de um trabalho de uma equipe, enquanto o segundo corresponde mais a uma obra autoral de um diretor, com premissas e estética particulares. Segundo Melo, Morais e Gomes (2001), no documentário, mesmo com a presença de uma equipe, dependem da escolha do diretor o tipo de mídia (vídeo, cinema, televisão), a temática e a forma como serão usados os depoimentos, as reconstituições, os personagens ficcionais e os documentos históricos.

Outra diferença entre o documentário televisivo e a grande reportagem é que, no primeiro, de acordo com Melo, Morais e Gomes (2001), não é obrigatória a presença do narrador, enquanto que, na segunda, a figura do repórter é essencial para a condução do relato, sobretudo porque, nos programas de grande reportagem, mesmo com uma equipe grande atuando nos bastidores, o papel central cabe ao repórter. É importante fazer a ressalva de que não significa que o documentário prescindia do narrador ou da narração em *off* e sim que este elemento pode ou não estar presente, a depender da

escolha do diretor. A valorização dos repórteres nos programas de grande reportagem pode ser observada até mesmo, em boa parte deles, pelos títulos: *Globo Repórter*, *Repórter Record*, *SBT Repórter*, *Profissão Repórter*. Na grande reportagem, o repórter, por ser uma figura central, pode conferir uma marca sua, porém esta é trabalhada em conjunto com o resto da equipe e guiada por premissas do jornalismo como a imparcialidade e a objetividade.

Castro, V. (2006) aponta também que um documentário televisivo não precisa ser baseado em um tema da atualidade, o que geralmente acontece em uma grande reportagem. Mesmo que o caráter factual tenha menos intensidade que nas notícias, é preciso que exista uma conexão com os temas da atualidade nos programas de grande reportagem. Por outro lado, Castro, V. (2006) acredita que, até mesmo pelo tempo maior de exibição em que precisarão “prender” a atenção dos espectadores, uma grande reportagem e um documentário televisivo exigem uma maneira mais atraente e criativa de contar uma história, sobretudo quando ela já é conhecida do grande público em forma de notícia. Na avaliação dela, tão importante quanto o tema abordado em qualquer que seja o rótulo do formato, é a maneira de abordá-lo. Neste quesito, a grande reportagem e o documentário televisivo se aproximam, porque ambos buscam um aprofundamento na abordagem do tema.

Pode-se perceber, desta forma, que grande reportagem e o documentário não são estruturas estanques e sim que dialogam entre si, cada qual com suas especificidades. Em um estudo sobre o documentário e o jornalismo, Bezerra (2008) pondera que pensar esta relação é buscar entender melhor as semelhanças e as diferenças exatamente através da variedade destes campos. Para ele, não é possível pensar a relação entre estes domínios sem uma compreensão prévia da cultura de seus respectivos profissionais. Na pesquisa, ele conclui que ambos estão sempre abertos a novas relações e, mais importante do que proclamar uma definição que estabeleça o que é e o que não é documentário ou jornalismo, é examinar os modelos, os protótipos, e as inovações.

Neste trabalho de conclusão de curso, conforme já foi dito, como parte da fundamentação teórica, é preciso recuperar a trajetória de alguns programas de grande reportagem brasileiros, especificamente por sua história e por se situarem na emissora em que o *Globo Mar* foi veiculado. Dois programas se mostram relevantes, por conta do destaque que ganham na grade da Rede Globo e do bom desempenho nos índices de audiência, para esta contextualização: o *Globo Repórter* e o *Profissão Repórter*. Além

disso, outro motivo interessante para a abordagem deles nesta fundamentação teórica é a existência de notícias publicadas na internet² que afirmam que o *Globo Mar* é uma mistura do *Globo Repórter* com o *Profissão Repórter*. Esta afirmação propõe uma questão que pode suscitar uma discussão enriquecedora para a análise no sentido de trazer um elemento para melhor entender as características do *Globo Mar*.

Em abril de 1973, o *Globo Repórter* estreou, sendo transmitido, inicialmente, às terças-feiras, às 23 horas. Sob a coordenação de Moacyr Masson, o *Globo Repórter* surgiu em um contexto histórico de ditadura militar no Brasil, tendo direção de Paulo Gil Soares – chefe do Núcleo de Reportagens Especiais – e narração de Sérgio Chapelin. A proposta inicial era realizar um programa inspirado no norte-americano *60 minutes* da CBS News, baseado em entrevistas, em que “a figura do repórter centraliza a atenção do telespectador em torno da notícia” (MEMÓRIA GLOBO, 2010). Entretanto, a emissora justifica que não foi possível o prosseguimento da proposta por conta da ausência de estrutura para investir em um programa produzido essencialmente por externas e, por isso, decidiu se aproximar mais do documentário cinematográfico.

Costa (2009) dividiu em três períodos diferentes a maneira pela qual o programa tem se endereçado aos telespectadores desde sua estréia. O primeiro período foi de aproximação com a linguagem do documentário. Desenvolvido em quatro blocos, o programa exibiu, na primeira década em que esteve no ar, de 1973 a 1982, documentários com narrativas conduzidas a partir de imagens, de depoimentos dos entrevistados e da locução do apresentador. Os documentários eram feitos em película, material tipicamente cinematográfico, e elaborados por cineastas – que já haviam trabalhado no *Globo Shell Especial* - como Hermano Penna, Eduardo Coutinho, Maurice Capovilla, Gregório Bacik, Walter Lima Jr., Geraldo Sarno e João Batista de Andrade. Estes eram responsáveis pelo roteiro, pelo registro das imagens e pela edição final, enquanto que a pauta era definida por Paulo Gil Soares. É importante dizer que a equipe que produzia o *Globo Repórter* não era formada apenas por cineastas e contava também com jornalistas como Luís Edgar de Andrade e Rodolfo Gamberini. Nestes primeiros dez anos, o *Globo Repórter* exibiu edições marcantes como os documentários “Retrato de Classe”, “A Mulher no Cangaço” e “Seis Dias de Ouricuri”.

² As notícias foram publicadas no site do Observatório da Imprensa (<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=548ASP013>) e no blog do jornalista Daniel Castro, pertencente ao portal R7 (<http://noticias.r7.com/blogs/daniel-castro/2009/10/30/novo-programa-matinal-da-globo-sobe-no-telhado/>).

Durante os anos 70, o *Globo Repórter* contava, para sua produção, com o Núcleo de Reportagens Especiais do Rio de Janeiro e de São Paulo e a produtora independente Blimp Filmes, sediada no Rio de Janeiro. O trabalho era feito de forma independente da equipe de telejornalismo responsável pelos telejornais diários. Mas, nem por isso os produtores do *Globo Repórter* deixaram de passar por experiências típicas de profissionais do campo televisivo como a pressão causada pelos índices de audiência e pelo já citado campo político, além dos constrangimentos da rotina produtiva.

De acordo com informações do Memória Globo (2010), o diretor Paulo Gil Soares, após amadurecer a proposta jornalística, criou selos para o *Globo Repórter* que seguiam uma divisão temática como o Globo Repórter Atualidade, Globo Repórter Pesquisa, Globo Repórter Futuro, Globo Repórter Arte, dentre outros. Os programas tinham, assim, um esquema de exibição de rodízio, seguiam uma ordem de apresentação por tema já determinado por selo a cada semana, o que já delimitava no telespectador um horizonte de expectativas a respeito do que seria apresentado, ou seja, o posicionaria a respeito do que seria exibido. Posteriormente, este esquema de rodízio foi alterado e os programas passaram a ser exibidos por tema sem uma sequência tão rígida.

Devido aos altos índices de audiência, o programa foi transferido, em 1974, de seu horário inicial, às 23h, para às 21 horas, horário antes pertencente ao programa humorístico *Satiricom*, o que, segundo o Memória Globo (2010), dava ao *Globo Repórter* um novo público formado por adultos e estudantes com grande demanda por informação e conhecimento. Durante sua trajetória, o programa passou por algumas reformulações de horários, até que, em 1991, passou a ser exibido às sextas-feiras, às 21h, e, em 2001, passou a ser transmitido a partir das 22 horas na faixa de horário que segue até hoje.

O segundo período, de acordo com Costa (2009), pode ser considerado um momento de transição, situado entre os anos de 1983 e 1994. Em 1983, o *Globo Repórter* passou a dar ênfase ao caráter mais jornalístico do programa, à proposta inicial da emissora de fazer um programa baseado no *60 minutes*, da CBS, e, por isso, o trabalho documental dos cineastas foi substituído. Problemas internos, mudanças de equipe e de diretor contribuíram para que o enfoque do *Globo Repórter* se voltasse mais para temas ecológicos e policiais, exibindo, assim, programas com grandes reportagens.

De Paulo Gil Soares, a direção passou a ser de Robert Feith e o programa, que antes tinha uma equipe exclusiva formada por cineastas e jornalistas pertencente ao Núcleo Especial de Reportagens, começou a trabalhar com repórteres e com os recursos dos telejornais. A produção do programa deixou de utilizar película para fazer uso do mesmo equipamento técnico disponibilizado para os outros telejornais da emissora (o *videotape*). Dessa forma, o *Globo Repórter* começou a apostar na figura do repórter como condutor da narrativa, como construtor de uma credibilidade do programa através do comprometimento com a apuração.

O programa deixou de ser apresentado por um período por Sérgio Chapelin e foi comandado por Eliakim Araújo e Leilane Neubarth, de 1983 a 1986, quando Chapelin retornou à apresentação. O *Globo Repórter* passou também a ser mais flexível, podendo ter edições apresentadas apenas com repórteres e outras apenas por um narrador. Em 1984, Robert Feith deixou de ser o diretor do programa e Jorge Pontual assumiu o posto, mantendo a linha editorial do programa.

Nos anos 80, o *Globo Repórter* se aprofundou em reportagens a respeito de temas polêmicos, investigações, aventuras, denúncias, medicina e descobertas científicas, consolidando um estilo de série de grandes reportagens. O programa procurou se aproximar nesta década de uma linguagem mais teledramatúrgica. A equipe passou a se reunir com profissionais ligados ao setor de teledramaturgia da emissora com objetivo de criar uma base para um produto que valorizasse os aspectos dramáticos sugeridos por cada tema trazido nas reportagens. Conforme Costa (2009), o *Globo Repórter* passou a querer emocionar e atrair a audiência, sem perder a função de informar.

Costa (2009) tomou as edições mais recentes, mais especificamente, as exibidas no ano de 2008, como o terceiro período do programa. O *Globo Repórter*, desde 1995, quando Jorge Pontual deixou a direção do programa e Sílvia Sayão assumiu a coordenação geral, passou a apresentar apenas um tema por edição. Costa (2009) classificou os temas em quatro categorias, sendo elas ciência, atualidade, aventura e comportamento. Segundo a autora, os selos estão indicados no site do *Globo Repórter*, mas não aparecem durante a sua exibição na TV. Conforme informações do Memória Globo (2010):

Com o aumento significativo da audiência do público das classes C e D no final de 1996, o desafio do *Globo Repórter* passou a ser tratar dos assuntos

de apelo mais abrangente, capazes de interessar ao telespectador de todas as classes, mantendo o alto nível de qualidade da informação.

Segundo Costa (2009), a aposta do programa configura-se, atualmente, no apelo estético de paisagens naturais, no convite ao telespectador para assistir uma viagem adjetivada de “espetacular”, na espetacularização das histórias, no didatismo, no aconselhamento ligado ao bem-estar do eu e na construção da emoção através de relatos de superação. Para a autora, o *Globo Repórter* não se preocupa com o factual e não tem o objetivo de atualizar as pessoas com informações recentes nem aprofundar as notícias exibidas nos telejornais diários. Costa (2009) chama atenção que o recorrente no *Globo Repórter* atual é a informação construída “principalmente para atender ao interesse privado, àquilo que o indivíduo pode fazer para resolver questões de ordem pessoal” (COSTA, 2009, p. 158).

O *Globo Repórter* serviu de inspiração para o surgimento de outros programas de grande reportagem em outras emissoras, vide o *SBT Repórter*, exibido pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT); o *Repórter Record* e o *Câmera Record*, exibidos pela Rede Record, e o *Globo News Especial*, transmitido pelo canal fechado Globo News. Em um trabalho sobre o *Globo Mar*, também é importante tratar a respeito de outro programa de grande reportagem que surgiu como um especial no *Globo Repórter*: o *Profissão Repórter*. Assim como o *Globo Repórter*, o *Profissão Repórter* é caracterizado por, em cada edição, exibir, semanalmente, grandes reportagens sobre um tema específico.

Em abril de 2006, o *Profissão Repórter* surgiu como especial do *Globo Repórter* e, neste mesmo ano, passou a ser um quadro da revista eletrônica dominical *Fantástico*. Entretanto, foi em maio de 2008 que o *Profissão Repórter* ganhou seu próprio espaço na programação da Rede Globo nas terças-feiras, às 23 horas. Conforme informações do site Memória Globo (2010), antes de estreiar efetivamente como programa na grade semanal, o *Profissão Repórter* já havia sido apresentado ao público em cinco especiais e em 48 reportagens no *Fantástico*.

Dividido em dois blocos, o *Profissão Repórter* tem aproximadamente 25 minutos e é apresentado pelo jornalista Caco Barcellos, também criador, repórter e editor da atração. O programa conta, além de Barcellos, com uma equipe de nove repórteres: Caio Cavechini, Caroline Kleinubing, Felipe Gutierrez, Gabriela Lian, Júlia Bandeira,

Mariane Salerno, Nathália Fernandes, Thaís Itaqui e Thiago Jock. Em seu trabalho de conclusão de curso, Santos (2009) afirmou que, no *Profissão Repórter*, por conta da proposta do programa ser mostrar a atividade dos jornalistas durante a produção da notícia (“os bastidores da notícia e os desafios da reportagem”), os jornalistas são repórteres e personagens, assumindo uma dupla função. Para ele, o programa se endereça aos seus telespectadores como um programa de grande reportagem e a característica que ganha maior destaque nele é a exibição dos bastidores do processo de desenvolvimento das matérias.

Todas as estratégias utilizadas, para além das histórias contadas, têm como objetivo possibilitar ao telespectador acessar o processo de construção das reportagens. Podemos afirmar [...] que o programa estabelece em torno de si uma função metalingüística do jornalismo, em que os jornalistas explicam as suas práticas profissionais no decorrer da produção das histórias ali relatadas. (SANTOS, 2009, p. 87)

Como o *Profissão Repórter*, o *Globo Mar* também apresentou os bastidores da produção das grandes reportagens. As propostas do *Globo Mar* e do *Profissão Repórter* são semelhantes à dos programas de grande reportagem exibidos nas emissoras brasileiras, já que envolvem a abordagem de um tema a partir de vários desdobramentos, contudo, o que estes dois programas trazem de diferente são a descentralização das entrevistas com especialistas para dar lugar às histórias de vida, e a característica de o repórter assumir um relato subjetivo da cobertura e deixar escapar as etapas do processo de cobertura e a forma como são afetados pelos temas abordados. Assim, é importante enxergá-los como espaços de experimentações na programação televisiva.

4. O *GLOBO MAR*

Com sua estréia no dia 8 de abril de 2010, o *Globo Mar* foi exibido na Rede Globo, às quintas-feiras, até 10 de junho, às 23h45, logo após o seriado *A Vida Alheia* e antes do *Jornal da Globo*, com exceção do dia 13 de maio que não houve exibição devido aos capítulos mais longos da novela *Viver a Vida*. No total, foram transmitidas nove edições, o que encerrou sua primeira temporada. Nesta monografia, foram analisadas todas elas. Em cada uma, um tema diferente foi abordado e lugares diferentes foram visitados pela equipe do programa junto com convidados. O primeiro dia (08/04) do produto televisivo teve como tema a pesca do atum; o segundo (15/04) tratou sobre a modalidade de surfe *tow-in*; a terceira edição (22/04) abordou as dificuldades para se pegar carona em alto-mar; a quarta (29/04) mostrou uma viagem ao Atol das Rocas; o quinto (06/05) programa tratou sobre a extração do petróleo no fundo do mar; a sexta edição (19/05) exibiu um trajeto de quatorze remadoras da Praia Vermelha, no Rio de Janeiro, até Arraial do Cabo; o sétimo programa (27/05) abordou a pesca do cerco pela canoa; já o oitavo (03/06) mostrou uma viagem às reentrâncias maranhenses; e o nono (10/06) acompanhou o trabalho de pesquisadores no arquipélago de São Pedro e São Paulo.

Apresentada pelos jornalistas Ernesto Paglia e Mariana Ferrão, a atração, que foi dividida em dois blocos e teve duração de aproximadamente 25 minutos, foi reprisada, aos domingos, às 15h30, do dia 18 de julho à 12 de setembro, pelo canal fechado *Globo News*, logo após o telejornal *Em Cima da Hora*. Já na sua primeira transmissão em abril, o programa obteve 15 pontos de Ibope e, até sua última exibição, oscilou entre 11 e 15 pontos, o que representou uma boa média de audiência para uma atração que foi ao ar quase à meia-noite. Nesta faixa de horário, a principal concorrência da Rede Globo vem da Rede Record que levou ao ar, no período de exibição do *Globo Mar*, o reality show *O Aprendiz* e o seriado *Dr. House*.

O programa deverá ter sua segunda temporada em 2011 conforme as informações de Jimenez (2010), Arruda (2010) e o site Uol (2010). Segundo Jimenez (2010), o produto televisivo agradou ao mercado anunciante e o formato por temporada deve ser mantido, sendo que o *Globo Mar* pode ganhar outro enfoque e outras paisagens.

Conforme o portal Terra (2010), o departamento de jornalismo da Globo se preparou cerca de um ano para produzir a atração que mostra “histórias do que eles chamam de "Amazônia azul", apresentando a vida de humanos no mar”. A necessidade de um tempo de dedicação maior para a elaboração de uma grande reportagem televisiva é uma característica do subgênero programa de grande reportagem, segundo De la Rue (2006). Afinal, um trabalho que pretende proporcionar um material audiovisual mais elaborado e com informações aprofundadas demanda mais tempo de produção. De acordo com o blog do *Globo Mar*, a proposta foi “percorrer o litoral do país para desvendar mais de oito mil quilômetros de beira-mar”, “apresentar aos brasileiros um mar como eles nunca viram”, “desvendar os mistérios do mar”.

Os repórteres Mariana Ferrão e Ernesto Paglia viajarão pelo país e se alternarão em reportagens que misturam aventura e informação, para explorar uma parte do Brasil pouco conhecida. Eles visitarão paraísos ecológicos como o Atol das Rocas (RJ), descobrirão praias de ondas gigantes e acompanharão o dia a dia em uma plataforma de extração de petróleo em alto-mar, por exemplo. (DIREÇÃO GERAL DE COMERCIALIZAÇÃO REDE GLOBO, 2010)

O site da Direção Geral de Comercialização da Rede Globo (2010) já mostra pistas de que aliar a informação da reportagem à aventura e à imagem dos jornalistas como desbravadores são dois pontos explorados pelo programa como estratégia para conquistar o público. Nas chamadas exibidas ao longo da grade de programação da emissora, os telespectadores são convidados pelo texto da locução a “embarcar em uma aventura no mar”, que mescla “emoção, desafios e muita informação” e revela “histórias surpreendentes”. O convite é feito com o propósito de chamar o público para um momento de fuga da rotina e de imersão em histórias que proporcionem alguma surpresa e diversão a quem assiste.

Desde as suas chamadas iniciais e a forma como a emissora divulgou o produto televisivo em seus espaços na Internet, nota-se que é transmitida ao público uma ideia romântica de jornalismo como aventura. Isso pode ser visto no site do *Jornal Hoje* (2010), telejornal exibido na Rede Globo a partir das 13h15, em que está disponibilizada uma matéria sobre a estreia do *Globo Mar* que trata o programa como uma viagem de repórteres para “mostrar as incríveis histórias do oceano”. Pode ser conferida também, no portal G1 (2010) da Rede Globo, a divulgação do *Globo Mar*

como uma atração que tem como objetivo “desbravar o litoral brasileiro, mostrando curiosidades sobre a fauna e as paisagens de locais”. Assim, é vendida a mesma noção de reportagem defendida por Kotscho (1990) que afirma que ela “rompe todos os organogramas, todas as regras sagradas da burocracia – e por isso mesmo é o mais fascinante reduto do jornalismo, aquele em que sobrevive o espírito de aventura, de romantismo, de entrega, de amor pelo ofício” (1995, p. 71).

Ernesto Paglia e Mariana Ferrão foram os mediadores centrais do *Globo Mar*. Eles assumiram o papel de repórteres condutores da narrativa e apresentadores do programa, cujo cenário foi o próprio local onde a reportagem se passou. Em todas as edições, o *Globo Mar* foi iniciado pela apresentação de Ernesto Paglia e Mariana Ferrão sempre tratando a respeito do tema abordado, em uma praia localizada no litoral brasileiro onde a grande reportagem foi filmada ou em um dos barcos do programa. O cenário, assim, diferiu daqueles dos tradicionais programas de grande reportagem como o *Globo Repórter* ou o *Repórter Record*. Não se tratou de um estúdio formal que deixa transparecer a logomarca do programa. Cada edição do *Globo Mar* teve sua apresentação realizada em um lugar diferente, apesar de todos terem sido relacionados ao mar. Integrar os mediadores ao cenário da reportagem na apresentação do programa deu ao telespectador uma noção de aprofundamento, de preocupação com a apuração, já que mostrou os apresentadores-repórteres no campo da coleta das informações.

O figurino dos jornalistas também não foi formal, o que é bem diferente dos paletós e blazers usados pelos repórteres dos telejornais. Ele foi sempre constituído por trajes mais leves, adequados ao ambiente em que gravaram as imagens e entrevistas. Na maioria das vezes, eles se vestiram de forma despojada, simples, com calças jeans ou bermudas e camisas sem mangas. O figurino deu a ideia de que os repórteres estavam à vontade e confortáveis. As roupas, portanto, corroboraram para uma posição de naturalidade em relação à temática do programa ligada ao mar.



Figura 2 - Abertura do *Globo Mar* do dia 15 de abril no litoral de Santa Catarina.

Figura 3 - Abertura do dia 10 de junho no barco do programa rumo ao arquipélago de São Pedro e São Paulo.

Logo após a breve apresentação, o *Globo Mar* exibiu sua vinheta constituída basicamente por uma animação de um mar mudando de posição de cima para baixo e dando origem ao nome do programa situado em cima do mar. As imagens estiveram sincronizadas com o áudio do barulho das ondas do mar, valorizando como recurso sonoro um som próprio deste ambiente da natureza. Esta vinheta, que se repetiu nos intervalos dos blocos, pode ser considerada uma marca de identidade do *Globo Mar*, já que ela buscou representar o programa fazendo referência ao mar, que foi a temática principal da atração televisiva. Assim, ela serviu para reforçar a imagem do *Globo Mar* na memória do telespectador.





Figura 4 – Vinheta do *Globo Mar*

Na sequência, começou a ser exibida a grande reportagem que foi totalmente filmada, simultaneamente, por três câmeras a bordo de um barco do programa, em alto-mar. É importante destacar que cada trabalho foi realizado em um barco diferente, adequado ao tipo de trajeto e às exigências que se fizeram necessárias para a abordagem do tema. Em oito edições, ela foi conduzida por apenas um dos repórteres que se revezavam entre um programa e outro. Apenas na edição do dia 6 de maio, Mariana Ferrão e Ernesto Paglia fizeram duas grandes reportagens sobre a exploração de petróleo no Brasil, que foram apresentadas de maneira intercalada nos aproximados 25 minutos do *Globo Mar*.

4.1. DIÁRIO DE BORDO

Ao dar início à grande reportagem no *Globo Mar*, o repórter sempre apresentou o tema como um viajante prestes a entrar em uma aventura. O programa não se importou de mostrar, ao contrário de outros, o cinegrafista filmando o repórter e o resto da produção. Foi inclusive um dos objetivos dele mostrá-los. No decorrer das edições, os 31 profissionais que trabalharam na produção do *Globo Mar* foram apresentados paulatinamente ao público.

A atração televisiva teve a direção de Teresa Cavalleiro e Maria Thereza Pinheiro. Contou com os técnicos de áudio Yuri Apoen, Teo Nunes, Ulisses Mendes, Fábio Neder, André Rient, Eduardo Rodrigues de Souza e Leandro Araújo. A equipe de

cinégrafistas foi composta por Marco Antônio Gonçalves, Dennys Leutz, Fernando Calixto, Bartolomeu Clemente e Luiz Quilião. A pré-produção foi feita por Felipe Castro, a produção por André Modenesi e Laura Machado e a produção-executiva por Adriana Caban, que cumpre o mesmo papel no *Jornal Nacional*. A arte foi desenvolvida por Fábio Covolo, Accácio Fernandes, Walmor Júnior e Ricardo Moraes. A edição e o roteiro foram de responsabilidades de Márcia Dal Prete e Tônico Duarte, enquanto que o trabalho de finalização foi de Gisele Machado, também editora de imagem do *Globo Repórter*.

Além de todos estes profissionais da área de comunicação, o programa ainda contou com a presença de um consultor científico, o doutor em Biologia Marinha, Marcelo Vianna. Ele marcou presença nas reportagens, prestando informações especializadas. O *Globo Mar* trabalhou em conjunto com o consultor científico por conta de sua posição de programa de grande reportagem que preza pelo fornecimento de informações diferenciadas e aprofundadas. Durante o trajeto da viagem pelo mar, o programa trouxe convidados especiais como uma iatista e um cantor.

Ambas as diretoras do *Globo Mar* também foram responsáveis pela direção do programa que o substituiu, o *Brasileiros*, com também nove edições. Elas têm experiência na edição de programas de grandes reportagens, principalmente o *Globo Repórter*, e atuação em telejornais como o *Bom Dia Brasil*. Teresa Cavalleiro é conhecida como editora-chefe de programas jornalísticos especiais e Maria Thereza Pinheiro foi vencedora, no ano de 1998, do Prêmio Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos, um dos principais prêmios jornalísticos do país que é oferecido pelo Sindicato dos Jornalistas de São Paulo.

Neste ano, Maria Thereza Pinheiro e Teresa Cavalleiro foram ainda as editoras-chefes do “*JN no Ar*”, projeto especial do *Jornal Nacional* para as eleições 2010 em que uma equipe comandada também pelo repórter Ernesto Paglia visitou uma cidade de cada estado brasileiro e o Distrito Federal. O projeto contou com o trabalho, além das diretoras e de Paglia, de outros membros da equipe do *Globo Mar*: a produtora-executiva Adriana Caban, o produtor André Modenesi, a editora de imagem Gisele Machado, o técnico Ulisses Mendes e o repórter cinematográfico Dennys Leutz.

O “*JN no Ar*” seguiu a mesma linha jornalística do *Globo Mar* de buscar um aprofundamento da reportagem através de viagens a locais do Brasil. Além disso, o projeto especial utilizou as mesmas estratégias discursivas de aproximação com o

público que o *Globo Mar* com expressões como “Histórias não vão faltar. Embarque com a gente” e “Você está convidado a ser tripulante desta viagem”. O site do “*JN no Ar*” explicita que o projeto se preocupou também em trazer personagens conhecidos na região onde a reportagem foi gravada e mostrar os bastidores da produção.

Desta equipe do “*JN do Ar*”, Maria Thereza Pinheiro, Teresa Cavalleiro, Dennys Leutz, Ulisses Mendes e Adriana Caban trabalharam juntos também no programa *Brasileiros*, que substituiu o *Globo Mar*, em que estiveram presentes ainda os técnicos Fábio Neder e André Rient. Exibido em temporada, o *Brasileiros*, com apresentação e reportagem de Edney Silvestre, Neide Duarte e Marcelo Canellas, também trouxe a proposta de viajar pelo Brasil em busca de personagens, entretanto com a promessa de mostrar o trabalho de pessoas que se dedicam a ações sociais e voluntárias. Na própria chamada do *Brasileiros*, veiculada na grade de programação da Rede Globo antes da estreia, Edney Silvestre se reportou ao *Globo Mar* para informar ao telespectador que a nova atração televisiva teria um aspecto parecido em relação à anterior: “*A partir da semana que vem, o barco do Globo Mar ancora e nós partimos para uma viagem diferente. Vamos em busca de outra maravilha do Brasil: o nosso povo*”. Assim, a construção de uma grande reportagem a partir de uma viagem também foi característica do *Brasileiros*. Nesta chamada, Edney Silvestre dá a entender que o *Brasileiros* é uma continuação da viagem do *Globo Mar*, mas feita com outro objetivo, o de conhecer brasileiros envolvidos com projetos sociais.

É possível constatar que a produção de grandes reportagens a partir de viagens é uma especialidade de uma parte dos profissionais do *Globo Mar* - Ernesto Paglia, Maria Thereza Pinheiro, Teresa Cavalleiro, Dennys Leutz, Ulisses Mendes, Adriana Caban, Fábio Neder, André Rient, André Modenesi e Gisele Machado. Esta equipe tem desenvolvido para a televisão brasileira trabalhos neste sentido e isso define um jeito próprio de fazer grande reportagem. Uma das características da grande reportagem televisiva, já apontadas anteriormente, é que a mesma aparece como um trabalho de uma equipe e não como uma obra de um diretor com seu olhar pessoal como acontece no documentário. Como afirma De La Rue (2006), ela terá resultados diferentes a depender da equipe que for reunida para o seu desenvolvimento. Constatou-se que, no *Globo Mar*, as marcas da equipe deixadas no programa expressam escolhas de realizadores relacionadas às suas trajetórias no campo televisivo. Dessa forma, é perceptível a importância para a análise do “estudo da trajetória” proposto por Bourdieu

(1996) no sentido de recuperar as trajetórias dos “criadores” para entender melhor as marcas do produto televisivo e como ele se configura. Os profissionais que compuseram a equipe do programa já haviam trabalhado juntos anteriormente, possuem experiência em produção de grandes reportagens e têm repetido a estratégia da viagem como fio condutor da grande reportagem.

No *Globo Mar*, a equipe de produção foi apresentada em diversas ocasiões, mas, nos momentos do programa em que apareceu o selo “Diário de Bordo”, ela ganhou mais destaque. O termo “Diário de Bordo” faz referência a um recurso utilizado na navegação para registrar os acontecimentos mais importantes, para anotar os diversos fatores que ocorrem em uma viagem. O uso do selo esteve em conformidade com a temática voltada para o mar e foi apropriado justamente para demarcar mais explicitamente os espaços dos mediadores do programa (repórteres, cinegrafistas, diretoras, entre outros) falarem sobre suas impressões e mostrarem as diversas situações vividas no desenrolar da viagem. Geralmente, em cada edição do *Globo Mar*, esta seção teve de um a três momentos dedicados a ela. No dia 3 de junho, por exemplo, o selo “Diário de bordo” só apareceu uma vez. A seção não teve um momento exato de ser veiculada no programa. Sua entrada variava de acordo com a edição. Nesta parte da atração, foi exibida uma arte gráfica com uma bússola junto com fotos da equipe e o nome “Diário de Bordo”.



Figuras 5 e 6 – Diário de bordo

Em seguida, apareceram depoimentos dos membros da produção do *Globo Mar*. As dificuldades em fazer a reportagem e as opiniões a respeito dos lugares visitados foram exibidas para os telespectadores como um *making of* dentro da própria grande reportagem. Estas características fizeram parte do modo próprio do programa de contar as narrativas. Os depoimentos funcionaram como uma forma de realçar o “espírito aventureiro” que a atração pretendeu passar. Os enjôos, o cansaço, o frio, o incômodo com os mosquitos, as acomodações pequenas do barco, as paisagens e as impressões presentes nas falas dos “participantes da embarcação” foram elementos usados para compor a aventura. Mesmo que alguns deles aparecessem como dificuldades enfrentadas nos bastidores, eles construíram a ideia de grande reportagem como aventura e diversão. Isso foi destacado nas falas da produção:

Dennys Leutz (repórter cinematográfico): *O mais legal começa bem pelo caminho do nosso calabouço.*

Ernesto Paglia (apresentador-repórter): *O aperto faz parte da cultura marítima. Nossos dois cinegrafistas que o digam.*

Dennys Leutz (repórter cinematográfico): *Sejam bem vindos ao nosso calabouço. Agora, nesse momento, tá parecendo uma cripta. E esses aqui são os aposentos do Marcão. [...] E aqui, você tem um self-service de máquinas de lavar roupas.*

(Diário de bordo. *Globo Mar*. 08/04/2010).

Yuri Apoena (técnico de som): *Casaco, roupa de mergulho por baixo, calça, meia... E nada resolve.*

Mariana Ferrão (repórter): *Este solzinho tá esquentando, Zoca?*

Maria Thereza Pinheiro (diretora): *Só este cenário de mentira... Faz muito frio. Tá muito gelado.*

Mariana Ferrão (repórter): *Barthô, você é do Nordeste, não é?*

Bartolomeu Clemente (cinegrafista): *Eu sou do Nordeste.*

Mariana Ferrão (repórter): *Do Nordeste, de onde?*

Bartolomeu Clemente (cinegrafista): *Eu sou de Pernambuco.*

Mariana Ferrão (repórter): *Faz este frio em Pernambuco, Bartô?*

Bartolomeu Clemente (cinegrafista): *Vixe...Em Pernambuco, eu nunca usei roupa de frio na minha vida.*

Mariana Ferrão (repórter): *Agora, com o frio na mão, é fácil operar a câmera?*

Ulisses Mendes (cinegrafista): *Oh, eu tô tremendo as imagens.*

OFF (Mariana Ferrão): *A imagem vai ficar mais tremida ainda quando a gente chegar lá.*

(Diário de bordo. *Globo Mar*. 15/04/10)

OFF (Mariana Ferrão): *Tudo clear – para eles. Para nós que ficamos no barco tá tudo embassado.*

Mariana Ferrão (repórter): *Eu acho que não tem melhor retrato do dia de hoje do que a sala do nosso veleiro. Olha a bagunça em que se transformou este lugar. Depois de um dia em alto-mar com ondas sensacionais, todos estes coletes despencaram, ficaram misturados com as nossas comidas, com os nossos mantimentos, com os nossos equipamentos. Agora, depois de um dia como hoje, qual é a coisa que você mais queria, Ulisses?*

Ulisses Mendes (cinegrafista): *Eu queria um banho.*

Mariana Ferrão (repórter): *Um banho quente, bem quente.*

Ulisses Mendes (cinegrafista): *Bem quente e uma roupa limpa.*

(Diário de bordo. *Globo Mar*. 15/04/10)

A produção do *Globo Mar* apareceu, portanto, como participante da reportagem, como personagem da narrativa. Registrou e foi registrada. O telespectador acompanhou o desenvolvimento da realização das reportagens e foi inserido num contexto de, ao mesmo tempo, aventura, narração da experiência de produzir uma reportagem e informação. Não foi apenas a voz do repórter junto com a das fontes que apareceram.

No “Diário de bordo”, toda a produção teve um espaço delimitado para falar e narrar suas experiências. Nas legendas de identificação dos membros da produção, eles foram referenciados por seus apelidos. A diretora Maria Thereza Pinheiro e o

cinematógrafo Bartolomeu Clemente, por exemplo, foram identificados como Terezoca e Bartô, o que evidenciou uma estratégia do programa de estabelecer uma intimidade deles com o público. Na edição do dia 22 de abril sobre a carona marítima, o telespectador pôde acompanhar até mesmo a comemoração do aniversário de um dos componentes da produção, no caso Yuri Apoena, técnico de áudio, com direito a bolas coloridas e bolo.

Esta busca em estabelecer uma intimidade com os espectadores foi feita com o propósito de conquistar a audiência pela simpatia e pelo estreitamento de laços. Os apelidos dos integrantes nas legendas e a comemoração do aniversário, por exemplo, foram estratégias para fazer com que o telespectador se sentisse como se estivesse acompanhando a viagem de um velho amigo, de pessoas próximas. Quer dizer, o objetivo foi persuadir o público para que ele criasse um afeto pelo programa e seus produtores e compartilhasse de suas histórias. Esta foi uma das maneiras do *Globo Mar* sugerir ao receptor que ocupasse o lugar que lhe foi destinado a partilhar, ou seja, foi um dos elementos que compôs o contexto comunicativo do programa. Não se pode deixar de registrar que a estratégia de intimidade é uma tendência atual no telejornalismo da Rede Globo como defende Diniz (2010) em um estudo sobre os quatro telejornais principais da emissora – o *Bom Dia Brasil*, o *Jornal Hoje*, o *Jornal Nacional* e o *Jornal da Globo*. Para a autora, o recurso é uma alternativa para atrair e manter a atenção dos telespectadores pelos programas diante do aumento de novas fontes de informação.

É possível afirmar que, no *Globo Mar*, a autoreferência foi uma característica do programa, em que os mediadores se referiram a si mesmos para mostrar o trabalho que tiveram durante a produção das histórias apresentadas. Neste sentido de exibir os bastidores da reportagem, o *Globo Mar* se aproximou do *Profissão Repórter* que, como já foi dito no capítulo anterior, tem esta como uma de suas estratégias principais, utilizando a autoreferência, portanto, como forma de endereçamento. Contudo, é importante destacar que os propósitos de apresentar os bastidores são diferentes nas duas atrações. Enquanto o *Profissão Repórter* utiliza a estratégia para expor as decisões dos jornalistas no momento da construção da reportagem e explicar as práticas profissionais deles, o *Globo Mar* fez uso do *making of* no intuito de fortalecer o caráter de aventura a que o programa se propôs. No *Profissão Repórter*, a estratégia tem uma função metalinguística do jornalismo, em que os jornalistas explicam e, de alguma

forma, discutem sobre o modo de fazer da profissão. Já, no *Globo Mar*, os bastidores foram exibidos para mostrar as dificuldades enfrentadas na viagem – por exemplo, os riscos de se navegar em alto-mar, os enjoos provocados pelo balanço demasiado da maré e o frio – como elementos enriquecedores da aventura.

Conforme Rios (2001), uma aventura corresponde a algum empreendimento que envolve risco e perigo ou a um acontecimento surpreendente, fora do comum. Discutindo o conceito de aventura neste mesmo sentido, Paes (1990) afirma que ideias intimamente ligadas a esta palavra são, de um lado, as de imprevisibilidade e surpresa, e, de outro, as de perigo e risco. Estas ideias, de acordo com ele, se opõem às convenções do dia a dia no que este possa ter de rotina, mesmice e segurança. Dessa forma, pode-se perceber que a estratégia de *making of* do *Globo Mar* serviu justamente para mostrar os imprevistos que marcaram o processo de produção no sentido de convocar o telespectador a compartilhar momentos que fogem à rotina. A quebra da rotina foi, portanto, um convite feito ao público para proporcionar um momento de prazer e, simultaneamente, de informação.

O blog do *Globo Mar* também dá espaço para que a equipe coloque suas impressões através de textos e fotos tiradas durante as gravações. Um exemplo é o texto “Achei que conhecia o mar” do produtor Modenesi (2010).

Cresci sendo levado à praia, quase todos os fins de semana. Depois da minha cota de tatuís, picolés, mate e mergulhos “no rasiño”, eu achei que conhecia o mar. [...] Então veio o *Globo Mar*, e eu descobri as sutilezas da pesca do atum, a complexidade da indústria do petróleo, a garra das remadoras da va’a, a fascinação dos surfistas por ondas gigantes, o doce trabalho dos caroneiros e o aperto das acomodações a bordo. Nadei com golfinhos no Atol das Rocas, segui um tubarão-limão em Fernando de Noronha, acordei de uma noite dormida numa rede, em alto-mar, com a chuva na cara. Revisitei, de outro ângulo, paisagens da minha infância e vi cenas que nunca tinha nem imaginado. E descobri, finalmente, que eu nunca vou conhecer tudo do mar. (MODENESI, 2010)

Desta forma, a proposta de mostrar os bastidores do programa não se restringiu ao momento da veiculação em si. No texto, o produtor Modenesi reforça os caracteres de aventura e de prazer na produção das grandes reportagens do *Globo Mar* ao contar sobre o que viveu nela e suas descobertas pessoais. O produtor passou pelos riscos próprios da aventura quando, por exemplo, seguiu um tubarão e navegou em alto-mar,

mas por outro lado, ele obteve momentos de prazer na vivência de todas estas situações. O conteúdo do texto está em sintonia com a ideia do programa de proporcionar ao telespectador a exibição de momentos de aventura e prazer e, ao mesmo tempo, evidencia uma imagem de fazer jornalístico ligado à diversão e aprendizagens pessoais, o que é algo próprio do *Globo Mar*.

O blog apresenta informações adicionais e permite que se conheça o processo de produção e a familiaridade que os produtores têm com o mar. No texto “Ilhas gêmeas servem de cenário para abertura”, por exemplo, o público recebe uma explicação de como foi filmada uma das cenas que mais chamou a atenção no início do primeiro programa, durante a abertura, em que os repórteres Ernesto Paglia e Mariana Ferrão estavam em duas ilhas diferentes, uma ao lado da outra. Verificou-se que o blog do *Globo Mar* não prioriza nem disponibiliza textos jornalísticos com dados a mais sobre os temas abordados nas reportagens. As informações adicionais publicadas no site através de textos e vídeos estão interessadas apenas em trazer curiosidades dos bastidores (como foi o caso do texto “Ilhas gêmeas servem de cenário para abertura”) e vivências pessoais dos integrantes da equipe.

O programa em conjunto com seu blog mostrou que, para o *Globo Mar*, tão importante quanto as informações passadas sobre o mar foi o diário daquela equipe sobre o que viveram no mar, suas experiências, seus relatos. Apesar dos repórteres terem sido os condutores mais visíveis da reportagem, o blog valoriza a experiência da equipe através de, por exemplo, um depoimento do cinegrafista sobre uma situação da gravação que foi um “momento mágico” em sua vida ou um agradecimento da roteirista ao técnico por ele ter “adotado o papel de salvador da pátria”. Na postagem “Equipe revela dificuldades de gravar em alto-mar”, publicada no dia 11 de junho de 2010, alguns integrantes falaram, através de um vídeo, sobre os maiores problemas de se gravar em alto-mar, alternando entre veleiros, catamarãs, lanchas, canoas e barcos de pesca.

O blog se tornou, portanto, uma extensão do programa na Internet. Apesar de os apresentadores-repórteres não terem feito menção ao blog durante o programa nem nenhuma legenda a respeito ter sido mostrada, o *Globo Mar* buscou manter uma relação com o telespectador mesmo quando o tempo de exibição do programa na grade acabou. É possível enxergar uma busca por estreitamento de laços com o público, por exemplo, já que foram pedidas sugestões de nomes para batizar o tubarão encontrado durante as

gravações ou já que o programa disponibiliza papéis de parede com imagens das viagens para o internauta baixar.

O blog disponibiliza todas as edições do *Globo Mar*. É comum ler, nas postagens, mensagens como “Perdeu o episódio do *Globo Mar* sobre a canoa havaiana? Veja aqui!” (24/05/10) ou “Veja, em vídeo, a aventura do *Globo Mar* pelo litoral maranhense” (04/06/10). Como considera Diniz (2010), o uso de sites com conteúdos extras e espaços para que os mediadores insiram vídeos e textos inéditos tem sido uma tendência da Rede Globo no que diz respeito aos seus produtos jornalísticos. O *Globo Mar* não poderia deixar de aderir à tendência, já que está inserido no contexto desta empresa, dona de uma poderosa infraestrutura tecnológica, e em um momento histórico e cultural de uso dos diversos meios (televisão aberta, televisão paga, pay-per-view, internet e telefonia celular).

O blog do *Globo Mar* segue uma tendência atual de reconfiguração da *socialidade* - mediação que regula as relações entre as *matrizes culturais* e as *competências de recepção* -, já que é comum a existência de sites de programas jornalísticos e a disponibilização de edições do produto televisivo na íntegra na internet, além de informações adicionais. Isso está dentro de um processo de novas apropriações da comunicação feitas pelo público que, atualmente, pode assistir aos programas não apenas no fluxo da grade de programação televisiva, mas também na internet, de maneira contínua ou fragmentada a depender da escolha do espectador. O blog permite que o público faça comentários a respeito das edições. Neles, muitos elogios foram dirigidos ao *Globo Mar*, mas críticas de telespectadores também foram feitas ao programa. Foi interessante constatar que, neste espaço, membros da produção como a diretora Maria Thereza Pinheiro, a apresentadora e repórter Mariana Ferrão ou o cinegrafista Dennys Leutz responderam ao público e, algumas vezes, se remeteram diretamente ao nome da pessoa que teceu o comentário (“*Caro Tomás*”, “*Caro Professor*” ou “*Raul*”) ou agradeceram as críticas. Isto reitera a estratégia de aproximação da emissora com o público através do blog, sobretudo se forem consideradas as palavras presentes nas respostas de membros da equipe como “*Continue nos dando audiência!*”.

4.2. APRESENTADORES-REPÓRTERES COMO AVENTUREIROS

Ambos os mediadores centrais do *Globo Mar* são experientes: Ernesto Paglia tem 31 anos de carreira e Mariana Ferrão tem mais de 10 anos de profissão. Paglia tem 51 anos e cursou Jornalismo na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Ele teve seu primeiro contato com o jornalismo em 1979 como estagiário da Rádio Jovem Pan e, no mesmo ano, começou a trabalhar na TV Globo como repórter de plantão da madrugada. Logo, no início, suas reportagens tiveram destaque e lhe renderam algumas participações no *Jornal Nacional*. No ano de 1983, Paglia compôs a nova equipe do *Globo Repórter*, após a reformulação do programa.

Posteriormente, foi correspondente da Globo em Londres, onde cobriu episódios importantes como a Guerra Irã-Iraque e o conflito entre judeus e palestinos em Israel. Quando, retornou ao Brasil em 1989, passou a fazer matérias para o *Globo Repórter*, para o *Jornal Nacional* e para o *Fantástico*. Na década de 1990, apresentou o *Jornal Hoje* e o *Jornal da Globo* enquanto cobria as férias de alguns jornalistas e trabalhou, paralelamente, no canal fechado *Globo News*. Atuou como correspondente em Londres de 2000 a 2002, tendo participado da cobertura dos ataques norte-americanos ao Afeganistão e, desde 2002, trabalha na redação de São Paulo.

Ao olhar sua trajetória, é perceptível a experiência de Paglia na produção de grandes reportagens. Desde 1983, quando foi designado pela emissora para fazer reportagens especiais para o *Globo Repórter*, o jornalista já participou de mais de 70 edições e ganhou grande destaque com trabalhos relativos ao meio ambiente, produzindo diversas reportagens em alto-mar. Pelas grandes reportagens de sua autoria, Paglia recebeu diversos prêmios. Em 1984, pelo trabalho contando a história do xavante Mário Juruna que foi o primeiro deputado federal brasileiro pertencente a uma etnia indígena, o repórter ganhou um prêmio do Festival Internacional de Televisão em Sevilla, na Espanha. Uma reportagem exibida no *Globo Repórter*, em 2005, sobre obesidade infantil, feita pelo jornalista em parceria com a repórter Graziela Azevedo, ganhou menção honrosa do Prêmio Alexandre Adler de Jornalismo em Saúde. No mesmo ano, a grande reportagem transmitida no *Globo Repórter* sobre plantas medicinais da Mata Atlântica foi a segunda colocada no Prêmio de Reportagem sobre a

Biodiversidade da Mata Atlântica, oferecido pelas ONG's Conservation International e SOS Mata Atlântica.

Assim, a trajetória de Paglia dentro do campo jornalístico voltada em boa parte para a produção de grandes reportagens faz com que ele seja reconhecido como um jornalista que faz boas grandes reportagens e é premiado por isso. A trajetória de Ernesto Paglia remete ao mesmo a imagem de um repórter experiente que construiu uma boa reputação dentro do campo jornalístico. O *Globo Mar* veio a legitimar esta imagem do repórter.

Já Mariana Ferrão é formada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e iniciou na profissão como estagiária da Rede Globo, na produção do *Jornal Nacional*, e da Rádio Bandeirantes. Em 2004, começou a apresentar a previsão do tempo no *Jornal da Band*, o principal telejornal da Rede Bandeirantes. Ela ficou conhecida pela forma de apresentação e pelo bordão “Que o tempo lhe traga bons ventos” e pelo cuidado em pautar como notícia assuntos climáticos. Por isso, ganhou a II Edição do Troféu Mulher Imprensa, na categoria Repórter do Tempo.

Pelo destaque, foi convidada em 2006 para participar da bancada como apresentadora do *Jornal da Band* ao lado dos jornalistas Ricardo Boechat e Joelmir Beting. No ano de 2008, foi contratada como repórter pela Rede Globo em São Paulo, onde fez reportagens para os telejornais da emissora, inclusive o *Jornal Nacional*. Neste ano, apresentou o *Globo Mar*, que foi um projeto desenvolvido desde 2009, e tem realizado reportagens, principalmente sobre meio ambiente, para a revista eletrônica *Fantástico*. Em comparação ao repórter Ernesto Paglia, Mariana Ferrão não tem a vasta experiência nem reconhecimento no campo jornalístico no que diz respeito à grande reportagem, mas apresenta experiência em diversos papéis do telejornalismo: previsão do tempo, apresentadora de telejornal e repórter.

Não é à toa que Mariana Ferrão e Ernesto Paglia foram, além de repórteres do programa, apresentadores. É possível perceber que o *Globo Mar* resgatou a imagem construída no campo e as experiências anteriores, ao utilizar a legitimidade do jornalista que atuou ou atua como repórter para autorizá-lo a apresentar o programa. Isso representou uma estratégia da emissora de conferir autoridade baseada no conhecimento sobre o assunto ou na possibilidade de verificação do mesmo através da coleta de informações junto às fontes especializadas. Já conhecido pela elaboração de

reportagens sobre meio ambiente e muitas delas gravadas em alto-mar, Ernesto Paglia demonstrou proximidade com o mar e desembarço para atividades específicas que precisou desempenhar ao longo das matérias como mergulhar, pescar e pilotar barco. É importante registrar a informação de Castro, D. (2009) que Mariana Ferrão e Ernesto Paglia foram escolhidos, entre outras razões, por saberem mergulhar.

No *Globo Mar*, dentre toda a tripulação que participou da produção da grande reportagem, os apresentadores-repórteres se destacaram como os grandes contadores de história. Nos programas de grande reportagem, os eventos geralmente apenas aparecem para os telespectadores a partir dos testemunhos das fontes articulados pelos sujeitos considerados competentes para construir versões sobre os assuntos: os mediadores repórteres. Apesar de o programa ter mostrado depoimentos de grande parte da equipe, a atenção maior foi voltada para Mariana Ferrão e Ernesto Paglia que foram apontados como aqueles que viveram “a experiência”, encararam os desafios para contar uma história e “embarcaram em uma grande aventura”. Ou seja, foram aqueles que enfrentaram os riscos e os imprevistos que integram a aventura.

No jornalismo tradicional, o repórter cumpre o papel de confrontar diferentes perspectivas e selecionar fatos e versões, como um observador independente. No caso do *Globo Mar*, tão importante quanto o conteúdo da reportagem e suas fontes foram as impressões e a experiência vivenciada pelos repórteres durante a viagem.

Mariana Ferrão: *Tem muitos surfistas brasileiros que são celebridades nos campeonatos internacionais. Eles enfrentam as maiores ondas do mundo com uma audácia que dá frio na barriga só de imaginar.*

Ernesto Paglia: *Deixa de ser modesta, Mariana. Ela criou coragem e enfrentou tudo isto para contar a história do tow-in, uma modalidade de surfe tão arriscada e diferente que exige transporte motorizado e até curso de salvamento no mar.*

(Abertura. *Globo Mar*. 15/04/2010)

Ernesto Paglia: *Uma viagem de barco é um sonho que não cabe no bolso de muita gente.*

Mariana Ferrão: *Caro, distante, privilégio de poucos.*

Ernesto Paglia: *É, mas nós descobrimos que um pouquinho de esforço até que dá pra fazer.*

Mariana Ferrão: ***E você pode comprovar, né Paglia? Viveu por alguns dias em alto-mar como caroneiro.***

Ernesto Paglia: *É...Só que o caroneiro de alto-mar é diferente daquele de terra. O caroneiro do barco precisa pegar no pesado mesmo.*

Mariana Ferrão: ***Mas vale a pena! O Paglia, para chegar a deslumbrante Ilha dos Papagaios-de-cara-roxa, pegou uma carona e se deu bem.***

(Abertura. *Globo Mar*. 22/04/2010)

Ernesto Paglia: *Foi uma aventura e tanto, mas voltaram todos sãos e salvos. A Mariana tá aí de prova, cheia de histórias para contar.*

(Abertura. *Globo Mar*. 29/04/2010)

Ernesto Paglia: *Como não tem carona de graça, a Mariana também teve que fazer força. Nossas convidadas remadoras não brincam em serviço.*

(Abertura. *Globo Mar*. 20/05/2010)

O repórter precisou “pegar no pesado” para contar uma determinada história, testemunhá-la. O programa defendeu o que disse Paglia na abertura da primeira edição do *Globo Mar* (8 de abril): “não adianta ficar só falando, tem que se aventurar”. A ideia foi de que, no final, todo o esforço valeu a pena. “*Ernesto Paglia embarca em um veleiro e descobre que caroneiro não tem moleza em alto-mar*”. “*A repórter do Globo Mar não hesitou a aceitar o desafio do treinador Mássimo Novello de se ajuntar à equipe feminina de canoa havaiana*”. Verificou-se aqui uma atualização da função tradicional do repórter enquanto testemunha ocular do acontecimento, ou seja, enquanto aquele que presencia o ocorrido e faz o relato dele com a imparcialidade e a objetividade - valores tomados como universais no jornalismo moderno.

Esta reconfiguração aconteceu porque, no *Globo Mar*, os repórteres experimentaram e se envolveram com o que relataram. O programa fez questão de filmar os repórteres mergulhando, passeando de jet ski ou praticando canoagem. Ele construiu uma visão romântica do papel do jornalista que pode ser conferida de maneira mais explícita no texto “Seu Vado e o Mar” de Ferrão (2010), postado no blog do

programa, cuja ideia defendida foi a de que “ser jornalista é um privilégio: visitar lugares incríveis, conhecer histórias e, principalmente, pessoas inesquecíveis” (FERRÃO, 2010). O envolvimento foi, assim, uma marca do programa e, neste caso, existiu um deslocamento da relação dos repórteres com o paradigma jornalístico da objetividade, que é considerado uma possibilidade de verificação dos dados isenta de julgamentos de valor por parte do repórter. No *Globo Mar*, a noção de aprofundamento da reportagem esteve ligada diretamente ao envolvimento dos repórteres com o assunto tratado. Em seu endereçamento, o programa procurou ir além da informação e dar atenção à experiência individual que está ligada à busca por atividades prazerosas.

Como viver uma aventura pressupõe atravessar momentos de perigo e imprevistos, o *Globo Mar* reforçou este caráter do programa através dos papéis de aventureiros assumidos pelos repórteres. Foi com os predicados de aventureiros, viajantes e desbravadores que a atração construiu a imagem de seus repórteres. Para legitimar o prazer vivido por eles na “aventura”, o programa fez questão de registrar até os momentos de deleite gastronômico. Eles experimentaram todos os pratos produzidos durante a reportagem com espontaneidade, expressando satisfação, enquanto saboreavam. Inclusive, na maior parte das reportagens conduzidas por Ernesto Paglia, o repórter apareceu comendo, cozinhando ou oferecendo alimentos aos outros.



Figura 7 e 8 – Momentos em que Ernesto Paglia e a equipe apareceram fazendo refeição

É importante ressaltar aqui que não é inédito, na televisão brasileira, o desenvolvimento da imagem do repórter como aventureiro. Dentro do contexto da Rede

Globo, pode-se destacar inclusive uma aproximação deste aspecto do *Globo Mar* com uma característica do jornalismo esportivo da emissora desde os anos 90, segundo o Memória Globo (2010), que é apresentar o repórter praticando um esporte - na maioria das vezes, radical -, surfando, mergulhando, dentre outras atividades. “Algumas dessas reportagens misturam aventura e esporte, fornecendo informações de interesse geral sobre diferentes culturas e lugares” (MEMÓRIA GLOBO, 2010). Assim como no *Globo Mar*, o programa *Esporte Espetacular*, por exemplo, exibido nas manhãs de domingo, costuma explorar a imagem do repórter como aquele que vive desafios e experimenta a “adrenalina” proporcionada por um esporte radical. Isso indica que uma das referências do *Globo Mar* para a construção do papel do repórter nele e, conseqüentemente, do relato, foi o jornalismo esportivo produzido na emissora, o que demonstra que o programa dialogou com outros formatos criados pela empresa.

Na narração da reportagem, os repórteres fizeram, na maioria das vezes, uso da primeira pessoa do plural, referindo-se à equipe (“nosso destino será”, “rumamos agora para”, “o vento nos leva”). O “nós” e o “a gente” foi incluído na fala dos repórteres, mas, por conta de sua condução, eles se tornaram os personagens principais da narrativa. A narração foi feita em uma linguagem mais coloquial e buscou estabelecer certa familiaridade com o interlocutor, o que indica o modo como o *Globo Mar* busca inserir o telespectador no contexto comunicativo do programa.

OFF (Ernesto Paglia): *Do outro lado da ilha, vivem os vizinhos dos papagaios ameaçados: Dona Aline e Seu Constantino, pescador pra lá de hospitaleiro. (...) Houve um tempo em que o casal chegou a comer papagaio. Sabe como é, né? Ninguém sabia que estava destruindo a espécie. Hoje eles têm consciência de que é preciso proteger o bicho.*

(*Globo Mar*. 22/04/2010)

Como parte desta coloquialidade, o “você” foi usado para incluir o público no contexto do *Globo Mar* e estabelecer uma proximidade e uma empatia. O interlocutor foi diretamente interpelado a assumir o “você” que introduz a fala dos mediadores.

Ernesto Paglia: *Você já se imaginou em uma situação desta? **Você**, sozinho numa ilha deserta, cercado de água para todos os lados?*

Mariana Ferrão: *O que **você** faria? Não importa a sua decisão. Se **você** não sabe um pouquinho que seja sobre o mar, não vai dar certo. E o que **você** sabe? (...) **Você** sabia, por exemplo, que atualmente estão em fase de teste 30 drogas marinhas com potencial para combater o câncer?(...)*

Ernesto Paglia: *E quando **você** estiver preso naquele congestionamento inevitável de todos os dias, sonhando com uma imagem de paraíso como esta aqui pode se lembrar que 80% do nosso petróleo vem do mar.*

(Abertura. *Globo Mar*. 08/04/10)

De acordo com Maia (2005), este é um mecanismo que busca produzir uma espécie de identificação entre a audiência e o apresentador, que convida o público a adotar posições próximas às dele, oferecendo um referencial para que sua interpretação seja, em alguma medida, em sintonia com o conteúdo das imagens e informações coletadas.

A forma de falar dos repórteres, tal como no teatro, foi pausada, articulada e clara, sobretudo a de Mariana Ferrão. O tom de voz de Ernesto Paglia e Mariana Ferrão foi de empolgação, alegria e suspense, como se estivessem narrando uma aventura. Na edição do dia 10 de junho, por exemplo, no momento em que o barco do programa atravessou a linha do Equador, o repórter Ernesto Paglia resolveu simular uma cena de um ritual de batismo com a produção e com os pesquisadores, gesticulando exageradamente, apontando para as pessoas e jogando sal grosso nelas. As pessoas, por sua vez, entraram no clima da cena, pularam e colocaram as mãos para cima ao receber o sal grosso no corpo.

Ernesto Paglia : *Pelos poderes a mim conferidos pelo rei Netuno, em nome da lua cheia que brilha sobre o mar equatorial, eu vos batizo por teres tido coragem e prudência por ter viajado a bordo do Transmar II, em companhia exótica. (Vira-se para a editora Márcia Dal Prate e joga sal grosso nela, gesticulando muito) *Vá lá! Eu te batizo. Bem vinda ao hemisfério norte! Bem vindos todos ao hemisfério norte. Muito bem! Êêê!**

Ao agirem para incorporar o que dizem, o corpo dos repórteres se tornou lugar de performatização para materializar o texto verbal. Foi assim que os mediadores se incluíram no relato, intensificando os imprevistos da reportagem. Dessa maneira, Mariana Ferrão e Ernesto Paglia demonstraram o entusiasmo e o encantamento com “os mistérios do mar”, como eles mesmos se referiram na apresentação e nas reportagens.

O programa também teve espaço para brincadeiras dos mediadores como a interpelação “*Alô amigos do Globo Mar!*”. O texto verbal dos apresentadores-repórteres foi usado no intuito de seduzir o telespectador, de convocá-lo a compartilhar da aventura. Acompanhando a narração neste sentido, os apresentadores-repórteres adotaram uma postura corporal mais informal e espontânea. O tom de voz deles procurou expressar, como atores de teatro, suspense, alegria, etc. Essas emoções foram convocadas e potencializadas a partir, por exemplo, dos *BGs* utilizados pelo programa que passou por diversos estilos como música clássica, reggae e trilhas sonoras instrumentais de filmes de suspense e aventura.

4.3. GRANDE REPORTAGEM COM CONVIDADOS?

O *Globo Mar* utilizou uma estratégia pouco comum nos programas de grande reportagem: a presença de convidados. A atração convidou, em grande parte das edições, pelo menos uma pessoa para acompanhar a produção da grande reportagem. Percebeu-se que a participação destes convidados no programa se deu de três formas distintas. Ora, eles atuaram como fontes especializadas; ora como fontes especializadas e, simultaneamente, personagens; e ora apenas na função de personagens, humanizando o relato. É importante ressaltar que, em todas as edições, os repórteres buscaram em seu texto verbal e / ou nas perguntas dirigidas a todos convidados dar atenção às experiências individuais. Para entender como isso se aplicou, serão analisadas algumas edições a seguir que foram escolhidas por representarem de maneira mais emblemática os usos dos convidados.

No programa do dia 8 de abril, o convidado José Pedro Lima representou a voz do especialista pelo fato de ter propriedade para falar sobre a pesca do atum, já que se tratava de um comandante de um barco de pesca de atum. Por outro lado, sua presença

apareceu no *Globo Mar* como fio condutor do objetivo da reportagem que era acompanhar a rotina de trabalhadores em um barco de pesca de atum. O convidado foi fundamental para dar embasamento às informações especializadas, mas também para mostrar como acontece o processo de pescaria do atum, que foi justamente o que a equipe foi conferir. Assim, o convidado funcionou também como uma espécie de personagem que deu as coordenadas da pescaria. É interessante observar que ele foi apresentado por Ernesto Paglia de uma maneira informal. O repórter e a legenda do programa não se referiram a ele como José Pedro Lima e sim como “Mestre Pedro”, que é a forma como ele é chamado pelos companheiros no cotidiano. O convidado foi incluído no *Globo Mar* da maneira mais íntima possível - ganhando até “presentes” de Ernesto Paglia como uma lata de atum, picanha e sushi - no intuito de construir proximidade com a audiência a partir do olhar particular de alguém que entende do assunto. É importante problematizar aqui que, no jornalismo tradicional, não pertence à função do repórter o envolvimento com a fonte, entregando-lhe até mesmo presentes. Pelo contrário, presentear o entrevistado, por exemplo, é uma questão a ser avaliada do ponto de vista ético, já que a objetividade e a imparcialidade são premissas importantes do jornalismo. Entretanto, especificamente no caso do *Globo Mar*, esta situação pode ganhar uma justificativa de que se trata de uma licença concedida ao jornalista pelo fato desta atmosfera de informalidade e até mesmo a troca de presentes fazerem parte de uma cultura ligada ao mar.

No dia 15 de abril, o convidado Marcelo Ulyssea funcionou apenas como fonte especializada. Foi através de sua participação e do curso que estava ministrando que o *Globo Mar* tratou sobre a modalidade de surfe *tow-in* e mostrou como ele é praticado. Marcelo Ulyssea foi a fonte especializada responsável não apenas por dar explicações específicas como também por mobilizar outras pessoas que praticam o esporte para serem apresentadas no programa. O outro convidado da edição, o cinegrafista especializado em surfe Carlos Sanfelice, também assumiu apenas o papel de fonte especializada e trouxe depoimentos sobre a execução de filmagens dos surfistas em ação. Além disso, ele contribuiu com imagens filmadas em alto-mar, no momento em que ele estava surfando, isto é, ele produziu um material que ele tem competência de filmar. Nenhum cinegrafista do *Globo Mar* filmou imagens da forma como Carlos Sanfelice fez e ele foi convidado a participar do programa justamente por isso.

Nas edições de 29 de abril, 6 de maio e 3 de junho, os convidados apareceram apenas como personagens da viagem (isto é, mais um tripulante da embarcação). Apesar de cada um ter algum tipo de relação com o assunto abordado no programa, eles não eram fontes especializadas. Coube a eles o papel de contar a experiência em aspectos variados no intuito de valorizar o relato individual. Na edição do dia 29 de abril, Rosivaldo Silveira foi apresentado no programa como “Seu Vado”. O *Globo Mar* levou o convidado para ver o mar pela primeira vez ao mesmo tempo em que convidou como tripulante da embarcação a campeã olímpica de iatismo e ex-modelo Isabel Swann, que, de acordo com a repórter Mariana Ferrão, é uma pessoa experiente no que diz respeito ao mar.

Mariana Ferrão: *Você se lembra da primeira vez que viu o mar? Ou você nunca viu? O cheiro, o gosto salgado, o som...Esta imensidão...O balanço...Como é doce o balanço do mar! Convidamos um marinheiro de primeira viagem **para viver conosco esta experiência.***

Ernesto Paglia: *A bordo de um veleiro, nossa outra convidada foi nascida e criada no mar. Veterana e novato viveram juntos a mesma emoção e enfrentaram os mesmos perigos.*

(Abertura. *Globo Mar*. 29/04/10)

A intenção do programa, ao trazer “Seu Vado” e Isabel Swann, foi trazer na reportagem as experiências a respeito de uma mesma situação – a viagem ao Atol das Rocas - de duas pessoas com histórias de vidas opostas – um homem que nunca tinha visto o mar e uma iatista. Com isso, foi empregado o recurso da humanização do relato, visando à construção de uma proximidade com a audiência a partir de olhares particularizados pelas histórias de “Seu Vado” e Isabel Swann. A presença destes dois personagens foi utilizada no programa no intuito de envolver o telespectador, sobretudo com a história de “Seu Vado” que nunca tinha visto o mar. No mesmo papel de personagem, o namorado de Isabel Swann, o goleiro Giuliano Ciarelli, foi levado como mais um tripulante da viagem. Giuliano Ciarelli também participou na edição do ano de 2005 do reality show da emissora, *Big Brother Brasil*, mas durante o *Globo Mar*, seu passado de ex-big brother não foi lembrado em nenhum momento. Durante a reportagem, o namorado da iatista teve uma postura passiva e pouco opinativa diante da

realidade abordada. Em nenhum momento, a repórter Mariana Ferrão, responsável pela condução da reportagem desta edição, tentou dar uma função do ponto de vista jornalístico para Giuliano.

Na edição do dia 6 de maio, como o assunto tratado foi a exploração de petróleo no fundo do mar, o convidado foi Antonio Fabrício, apresentado como “frentista de um posto de gasolina na periferia de Salvador”. O objetivo do programa em trazer Antonio Fabrício foi claramente humanizar o relato, trazendo para a reportagem um personagem que trabalha com gasolina e mostrando a ele a origem do combustível para que possa enxergar o seu trabalho com outro olhar. Entretanto, logo na apresentação da participação dele, o frentista mal teve oportunidade de falar. A inclusão dele no programa foi feita predominantemente por Ernesto Paglia, que expressou as possíveis palavras do entrevistado que somente confirmava o que o repórter dizia através de gestos. Apenas no final da atração que o convidado conseguiu se manifestar muito pouco. O programa não explorou sua história de vida nem a experiência vivida durante a reportagem. Neste caso, percebe-se que o convidado apareceu, no *Globo Mar*, de maneira pouco opinativa e apenas reforçou o caráter descritivo da matéria. Isso representou um exemplo de desencanação do programa em relação à função do jornalismo e mais especificamente do jornalismo literário em que os personagens devem ganhar lugar de destaque na grande reportagem e sua imagem deve chamar mais atenção que a do repórter, algo que não aconteceu neste caso.

Na edição do dia 3 de junho, o convidado Toni Garrido, ator, cantor e ex-vocalista da banda de reggae Cidade Negra, apareceu como um personagem da viagem, cuja justificativa de participação no programa dada pela repórter Mariana Ferrão foi o fato de o local visitado na edição ter sido os Lençóis Maranhenses, situados no estado do Maranhão, conhecido como a Jamaica brasileira, “terra do reggae”. O convidado serviu para potencializar uma característica do lugar, já que, na maioria das vezes em que ele aparece, o *BG* é composto por músicas da banda Cidade Negra, da qual Toni Garrido foi integrante, ou por músicas de reggae de outros artistas. Nas cenas em que está presente, o cantor aparece, na maioria das vezes, banhando-se no mar, andando na praia ou dançando reggae. Ao colocar Toni Garrido na posição de convidado, o propósito do *Globo Mar* foi reforçar o caráter de entretenimento do programa e conquistar audiência, trazendo como chamariz uma pessoa considerada celebridade e com fãs espalhados pelo Brasil. Contudo, a participação de Toni Garrido não reforçou o

caráter jornalístico do programa nem o aprofundamento da grande reportagem no que diz respeito a ele enquanto personagem tampouco em relação ao tema abordado. Assim, as participações de Antônio Fabrício, Toni Garrido e Giuliano Ciarelli trouxeram um problema de qualidade ao *Globo Mar*, já que os mesmos são introduzidos como personagens no intuito de humanizar o relato, mas eles não ganham ao longo do processo os contornos necessários para alcançarem uma posição de destaque na narrativa.

Durante o início da grande reportagem do *Globo Mar*, em muitas edições, Ernesto Paglia e Mariana Ferrão anunciaram o doutor em Biologia Marinha, professor e pesquisador da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Marcelo Vianna, como um convidado especial da viagem. Entretanto, é importante explicitar, nesta análise, que esta forma de se referir ao professor se tratou de apenas uma estratégia retórica, já que Marcelo Vianna integrou a equipe de produção, assumindo o papel de consultor científico do programa. Ele não foi apenas um convidado como Tony Garrido ou Isabel Swann e sim esteve presente em todas as edições com a responsabilidade de conceder as informações especializadas.

Marcelo Vianna representou a voz autorizada do especialista usada para dar sustentação, relevância e credibilidade ao conteúdo veiculado no *Globo Mar*. É a partir dos acontecimentos que a grande reportagem registrou que ele deu explicações ou interpretou situações. Ao acessar o blog do produto televisivo, pode-se verificar que a figura do especialista também serviu para legitimar a importância do programa, para dizer porque foi relevante a Rede Globo ter investido em uma atração jornalística voltada para o mar. Isso é perceptível no texto “Se tiver 100 anos de programa, temos assuntos para discutir, afirma pesquisador”, postado no dia 14 de maio de 2010.

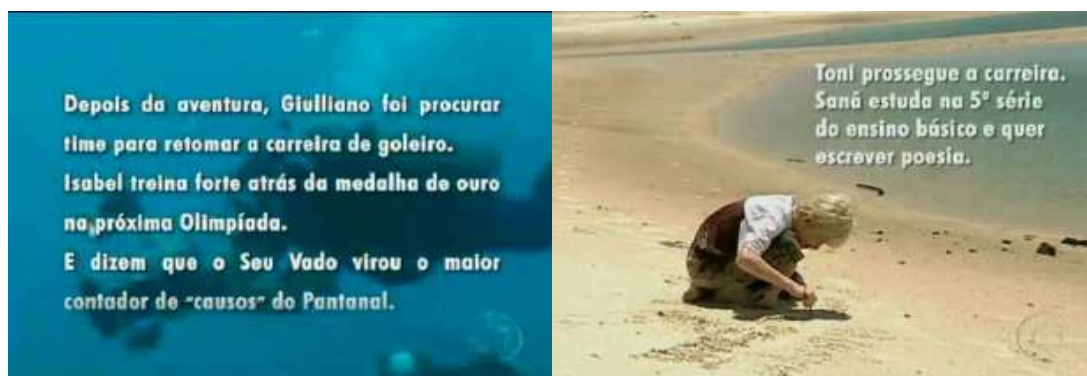
Segundo ele (*Marcelo Vianna*), os brasileiros conhecem o território salgado só até as arrebentações da praia. Destruir essa fronteira e apresentar um novo universo são os desafios dele. “O *Globo Mar* é uma oportunidade de divulgar trabalhos e pesquisas para o público em geral. As pessoas passam a conhecer um novo mundo e a se conscientizar de que é preciso cuidar dele. Hoje, por exemplo, todo esgoto das cidades vai para o mar, e as pessoas não sabem os danos que isso causa à vida marinha”, alerta.

O pesquisador também ressalta a importância de um programa brasileiro sobre o mar: “Antes só havia produções estrangeiras que, além de não mostrarem nossas peculiaridades, tinham incoerências no conteúdo devido à tradução. O Brasil tem uma costa marítima fantástica, se tiver 100 anos de

programa, nós temos assuntos para discutir. Você pode ir dez vezes ao mesmo lugar que o mar vai estar sempre diferente”. (GLOBO MAR, 2010)

O especialista endossou, assim, a proposta e o discurso do *Globo Mar* sobre sua função e justificou sua existência na televisão brasileira, o que reforçou para o público a relevância do conteúdo jornalístico pautado na atração. Como consultor, Marcelo Vianna também colaborou para dar explicações a respeito de comentários que foram registrados no blog do programa a respeito de informações veiculadas no dia 20 de maio. Na postagem de esclarecimentos de informações sobre a edição, a equipe atribuiu ao consultor a tarefa de dar explicações ao público (“*Para que não restem dúvidas, pedimos ao nosso consultor, o doutor em Biologia Marinha pela UFRJ, professor Marcelo Vianna, que escrevesse um texto para esclarecer tudo*”). Isso funcionou como uma maneira de a produção transferir uma responsabilidade para colocá-la na “voz” de quem entende.

Na maior parte das edições, o programa foi finalizado com a exibição de uma legenda com breves resumos de como seguiram as vidas dos convidados, o que representa uma valorização das experiências obtidas durante o processo de produção da grande reportagem.



Figuras 9 e 10 – Cenas finais do *Globo Mar*

O uso desta legenda representou uma experimentação em termos de programas de grande reportagem, já que produtos deste subgênero televisivo não costumam utilizar este recurso tampouco a participação de convidados durante o processo de produção da grande reportagem. A maneira como terminaram as edições do programa se aproximou, em alguma medida, de epílogos de filmes. Mesmo com a história contada pelo *Globo*

Mar já finalizada, o produto televisivo usou legendas para relatar o destino final das personagens que participaram do programa. Este recurso é um indicador de que a atração fez referência a um elemento próprio de narrativas ficcionais cinematográficas para construir seus relatos de forma mais interessante.

4.4. A AVENTURA COMO CRITÉRIO DE NOTICIABILIDADE

Todos os episódios do *Globo Mar* foram oferecidos ao telespectador como uma grande aventura. Desde as chamadas do programa até o texto verbal dos repórteres, a palavra “aventura” foi muito utilizada. O telespectador foi frequentemente interpelado com perguntas como “Você também não quer embarcar com a gente?” ou “Vamos juntos nessa aventura?”. Nas grandes reportagens, foi conferida ênfase ao perigo, aos desafios e aos obstáculos para se alcançar os objetivos desejados. Assim, no que diz respeito a este caráter de aventura, pode-se perceber que o *Globo Mar* foi resultado de um processo que tem acontecido desde a origem da grande reportagem do impresso que começou, conforme afirmou De la Rue (2006), com relatos de grandes aventuras, epopeias e viagens feitas com emoção.

O público foi convidado, de maneira recorrente, a conhecer um lugar do litoral brasileiro tratado como pouco visitado pela audiência. Em algumas edições, o repórter fez questão de ressaltar, em sua fala, que o local exibido na reportagem estava sendo mostrado pela primeira vez na televisão brasileira. Isso se deu porque alguns lugares visitados – como o arquipélago de São Pedro e São Paulo (PE) e o navio e a base de petróleo - são áreas onde apenas pesquisadores estão autorizados a ir, além de serem consideradas regiões de riscos. Assim, o destaque à exclusividade da cobertura de um determinado assunto apareceu como um valor jornalístico no *Globo Mar*.

OFF (Ernesto Paglia): *Este navio tem uma missão: investigar o fundo do mar. Vamos mostrar pela primeira vez o trabalho dos detetives oceânicos, os geólogos que farejam petróleo no fundo do mar.*

[...]

*OFF (Mariana Ferrão): Vamos até o campo Marlim do Sul **mostrar uma operação nunca antes registrada na TV**: a última etapa de preparação de um poço antes dele começar a produzir petróleo. Imagens gravadas há mais de mil metros de profundidade **revelam** um mergulho **inédito**: uma peça de sessenta toneladas deslizando até o fundo do mar.*

(Globo Mar. 06/05/10)

*Ernesto Paglia: Nosso destino é tão, mas tão, distante que a própria viagem já começa longe. **Aqui é o lado que o turista não vê**. Este é o porto de trabalho aqui em Fernando de Noronha. É a partir daqui que a gente vai para São Pedro e São Paulo. [...] **Se alguém duvidava que a Globo Mar ia para São Pedro e São Paulo, lá vamos nós**.*

(Globo Mar. 06/05/10)

Por isso, os assuntos considerados suficientemente interessantes para serem pautados no *Globo Mar* foram aqueles vistos como surpreendentes, “misteriosos”, com um olhar de encantamento pelos entrevistados e pelos repórteres. A promessa do programa foi de apresentação de histórias, lugares e personagens que escapam ao comum.

Mariana Ferrão: Mares e oceanos ainda têm muitos mistérios que a ciência não conseguiu desvendar. O que se passa lá no fundo há onze mil metros de profundidade onde a escuridão toma conta de tudo?

Ernesto Paglia: Por não dominar este gigante, o homem inventa lendas, histórias, tentativas de explicar aquilo que não se vê.

Mariana Ferrão: O Brasil está cheio destas histórias fantásticas. É nas ondas do Maranhão que realidade e fantasia se misturam.

Ernesto Paglia: E foi lá, às margens de um dos maiores manguezais do planeta que fomos achar a origem da vida.

Mariana Ferrão: E numa ilha isolada, uma vida que só existe na fantasia de seus habitantes.

(Abertura. Globo Mar. 06/03/10)

Nesse aspecto de convocar o telespectador a assistir a uma aventura e a histórias que fogem ao ordinário, o *Globo Mar* se aproximou de outro programa de grande reportagem: o *Globo Repórter*, em sua fase recente. Nesta análise, foi constatado que as informações de Castro, D. (2009) de que o *Globo Mar* teve influências do *Globo Repórter* faz sentido. De acordo com Costa (2009), nos últimos anos, o *Globo Repórter* tem guiado a escolha das temáticas a serem abordadas a partir de quatro categorias que se repetem num esquema de rotatividade a cada mês: ciência, atualidades, comportamento e aventura. Nas edições cujo assunto é voltado especificamente para a categoria aventura, a atração televisiva exhibe grandes reportagens em que o telespectador é convidado pelo apresentador Sérgio Chapelin a assistir uma viagem “espetacular” a um país estrangeiro ou a uma localidade distante com paisagens “deslumbrantes”. Como a própria categoria já informa, a promessa destas edições é proporcionar ao telespectador uma aventura que recebe adjetivos como “incrível” ou “fascinante”. As belas imagens são destacadas a partir de efeitos como câmera lenta e o uso de planos fechados em detalhes dos objetos filmados. Os locais visitados são, na maioria das vezes, explorados pelo seu lado exótico e curioso. Em grande parte das reportagens, as espécies animais e vegetais próprias da região também ganham um espaço significativo. Portanto, da mesma forma que o *Globo Mar*, o *Globo Repórter* também tem como preocupação, no desenvolvimento da pauta, a escolha por viagens a locais distantes que rendam uma aventura e informações curiosas.

Ao mesmo tempo que o *Globo Mar* se aproxima do *Globo Repórter* em relação a algumas características, ele também se distancia no que diz respeito a outros aspectos como o cenário de apresentação do programa e à exposição dos bastidores, uma das marcas principais do *Globo Mar*. Afinal, é um costume do telespectador assistir à apresentação de Sérgio Chapelin no estúdio do *Globo Repórter* e nunca no local da reportagem, até porque ele não cumpre a função de repórter. O *Globo Repórter* também não se ocupa de mostrar o *making of* das grandes reportagens e não dá espaço para que a equipe seja vista e conhecida pelo público nem tampouco demonstre suas impressões sobre o processo de produção. Mas, seja com aproximações ou distanciamentos relativos ao *Globo Repórter*, é preciso fazer a ressalva de que a realização do *Globo Mar* neste ano na Rede Globo é resultado de um processo histórico de realização de programas de grande reportagem anteriores que tiveram na sua origem o documentário

como matriz cultural e que tiveram o *Globo Repórter* como modelo hegemônico. O *Globo Repórter* pode ser considerado uma *matriz cultural* do *Globo Mar* (e de outros programas de grande reportagem de emissoras concorrentes), isto é, um espaço televisivo em que estão referências que geraram seu *formato*. Afinal, ele é o programa de grande reportagem mais tradicional do país por sua trajetória, por seu tempo em exibição, por sua localização em uma emissora já consolidada empresarialmente e por influências do *Globo Repórter* observadas em outros programas de grande reportagem, principalmente de emissoras concorrentes.

É importante esclarecer que as pautas não se tornaram menos relevantes pelo fato de o *Globo Mar* construir suas reportagens com o olhar de encantamento e preso ao discurso da aventura. Temas como, por exemplo, a pesquisa e a exploração do petróleo integram a agenda econômica do país, sobretudo com a extração de petróleo da camada pré-sal no Brasil que tem sido tão discutida recentemente e a abordagem dos mesmos buscou ser aprofundada.

O jornalismo feito no *Globo Mar* apresentou características típicas da grande reportagem como a ousadia e o aprofundamento das narrativas, a humanização do relato e a busca pela fuga do lugar comum. No *Globo Mar*, é possível constatar uma marca da grande reportagem apontada por Criado (2006): a valorização das vivências, sejam elas dos entrevistados, dos repórteres ou da produção. Este destaque às experiências pôde ser visto não apenas através dos bastidores da reportagem, mas também na maneira que os repórteres conduziam os questionamentos aos entrevistados com perguntas como “*O que o mar representa para você?*” ou “*O que você vai levar de recordação nesta viagem?*”.

A inserção do *Globo Mar* dentro do subgênero programas de grande reportagem se efetiva, em boa medida, por causa da sua proposta de aprofundamento jornalístico, por dispensar um tempo maior às reportagens. O tempo referido aqui diz respeito à duração da exibição das grandes reportagens – cerca de 25 minutos – e ao período dispensado para sua produção, que segundo o portal Terra (2010) e Mota (2010), foi de aproximadamente um ano.

O pacto firmado pelo *Globo Mar* com relação ao jornalismo valoriza a informação de ordem especializada, a reportagem que se preocupa em oferecer uma contextualização apurada do assunto. Ele faz questão de detalhar os dados, os procedimentos e as expressões técnicas ou típicas de um determinado grupo de pessoas

através do uso frequente de recursos como legendas, mapas, infográficos e animações, aliados a uma edição entre cada imagem e o texto narrado. Por exemplo, na edição do dia 15 de abril, foram colocadas legendas para explicar gírias comuns entre os surfistas: big rider = casca grossa, swell = ondulação, clear = pronto. O emprego destes recursos gráficos demonstra a preocupação do *Globo Mar* com uma apresentação didática de informações específicas e com a sustentação dos enfoques dados às grandes reportagens, em alguma medida, legitimando as interpretações dos relatos. O objetivo é deixar tudo bem explicado para o telespectador.



Figura 11 – Exposição de legenda explicativa



Figura 12 – Animação

Dois termos usados nos textos publicados no blog do *Globo Mar* e nos textos de Jimenez (2010), Arruda (2010), Mota (2010) e G1 (2010) a respeito do programa devem ser problematizados, porque dão pistas das experimentações do produto televisivo. É recorrente, nas postagens, o uso das palavras “temporada” e “episódio” que são termos próprios da ficção narrativa seriada televisiva e não do jornalismo televisivo. “Veja nos vídeos abaixo a última aventura desta temporada do *Globo Mar*”. “Veja o último episódio desta temporada do *Globo Mar*, nesta quinta, depois de *A Vida Alheia*”.

Diante disso, surge uma questão: qual o motivo de um programa de grande reportagem, subgênero do programa jornalístico televisivo, se apropriar de termos da ficção seriada televisiva? A questão encontra explicação no contexto em que está inserido o *Globo Mar* em relação à grade de programação da emissora e à própria

emissora, entendida enquanto marca e organização. Para responder a pergunta, é preciso levar em conta o fato da Rede Globo se destacar mundialmente por suas novelas e minisséries. No Brasil, ela é a maior produtora de telenovelas e, nos últimos anos, tem investido na produção de seriados para serem veiculados na faixa horária das 23 horas. Somente em 2010, a emissora lançou mais de sete novos seriados, como *S.O.S Emergência*, *A vida alheia* e *Separação?!*, além dos programas jornalísticos *Globo Mar* e do *Brasileiros*. Na grade de programação da TV Globo, pode-se observar que estes últimos foram transmitidos sempre após um seriado e antes do *Jornal da Globo*. Percebendo esta localização de ambos os programas entre uma ficção seriada televisiva, cujo formato é de temporadas, e um telejornal, nota-se um apelo da grade e da empresa para a questão da serialização, elemento que possibilita a continuidade de certos produtos através de capítulos, episódios e temporadas. Machado (2000) define serialização como a “apresentação descontínua e fragmentada do sintagma televisual” (p.83) referindo-se aos blocos que formam programas que são transmitidos ao longo de dias, meses ou anos sob a forma de emissões diárias, semanais ou mensais.

A Rede Globo apostou, no ano de 2010, no formato de temporadas para os programas de grande reportagem *Globo Mar* e *Brasileiros*, experimentando assim uma nova forma de serialização no jornalismo televisivo, própria do campo do entretenimento. Mas, é importante considerar que o fenômeno de dialogar o jornalismo televisivo com a linguagem das narrativas ficcionais televisivas não é inédito. De acordo com Araújo (2009), a Rede Globo já tem investido, há alguns anos, em telejornais e telenovelas que se aproximam no modo de contar histórias, não apenas pela proximidade na grade, mas, sobretudo, pela capacidade de produção da emissora e sua reconhecida excelência no campo da teledramaturgia.

Por conta desta tendência da Rede Globo de buscar aproximar os programas jornalísticos de elementos próprios de produções ficcionais, o blog do programa se apropria do termo “episódio” para se referir à edição e a equipe da atração cumpre duplamente a função de personagens e profissionais. Isso indica, em alguma medida, como se deu, no *Globo Mar*, a relação entre as *lógicas de produção* e os *formatos industriais*, mostrando como a emissora tem reconfigurado, ao longo dos anos, sua percepção empresarial no que diz respeito ao que aposta ser os gostos do público para conquistar sua audiência e permanecer na posição de liderança frente às concorrentes.

O diálogo do *Globo Mar* com elementos próprios de narrativas ficcionais televisivas, a adesão ao estilo voltado para a aventura e a estratégia de exibição do *making of* são o que a emissora acredita que têm agradado aos telespectadores. Percebe-se que a Globo chegou a uma *lógica de produção* em que a inovação e a experimentação são permitidas, mas é necessário atentar que elas ocorrem sob determinadas condições, em um horário que não é o nobre, como foi o caso do *Globo Mar*, às 23h45. Essas experiências com novos formatos e novos modos de lidar com a narrativa e a linguagem televisiva provocam mudanças e inovações, até mesmo nos programas que se apresentam mais resistentes a transformações ao longo do tempo como é o caso do *Jornal Nacional* e do *Fantástico*.

4.5. UM PROGRAMA DE GRANDE REPORTAGEM ESPECIALIZADO

O nome do programa já esclarece quanto à sua inscrição na temática do mar. O *Globo Mar* foi fiel a sua definição temática baseada no mar, que se apresentou ligada a aspectos como meio ambiente, ciência, esporte, economia e turismo. Pode-se dizer que o *Globo Mar* trabalhou em torno de uma visão alargada de jornalismo e isso muito se deveu ao seu tema central. Não foi preocupação do produto televisivo mostrar o factual e sim o aprofundamento, algo decorrente do fato do programa ser temático - sobre o mar - e circundar em torno de um único tema específico em cada edição. Além disso, o *Globo Mar* se preocupou em abordar questões como turismo e esporte que vão além daquelas consideradas principais para o jornalismo moderno habermasiano - política e economia. O mar representou a base de identificação do programa, a referência e o elemento de conexão que possibilitou a criação de pautas especializadas.

O tema escolhido permite uma abordagem vinculada à aventura, da qual o programa se utilizou, já que o mar é realmente um espaço de riscos e perigos, principalmente quando se trata de navegação em mar aberto como foi o caso do trabalho executado pelo *Globo Mar*. Por outro lado, o mar também é objeto de admiração pelas pessoas em geral e o programa se apropria desta visão através da narração entusiasmada de seus profissionais. Cada tema específico sobre o mar foi

tratado de maneira aprofundada, porém sempre com um olhar romântico e de encantamento.

O produto televisivo construiu a imagem de uma atração que é nacional por sua vasta abrangência territorial e por visitar longínquas regiões do litoral brasileiro. É importante notar que, apesar de o mar enquanto tema abarcar assuntos que cubram diversas regiões do mundo, o *Globo Mar*, em sua primeira temporada, se preocupou em viajar pelo litoral do Brasil para trazer informações e personagens curiosos sobre o país. Neste quesito, é possível enxergar pistas de como se dão, na atração televisiva, as mediações comunicativas de *institucionalidade* que guiam as relações entre as *matrizes culturais* e as *lógicas de produção*. Para isso, é necessário lembrar como o fato da televisão brasileira ter nascido comercial durante um regime militar, que buscava um modo de integração nacional, foi fundamental para a existência da TV Globo que ainda hoje tem no discurso o fortalecimento do Brasil como nação e que imprimiu ao *Globo Mar* este discurso quando diz, na chamada do programa, por exemplo, que a proposta da atração é “apresentar aos brasileiros um mar como eles nunca viram”.

Com essa temática, o *Globo Mar* permitiu a aproximação do litoral brasileiro com os telespectadores, acentuando a localização dos estados visitados como pôde ser conferido na edição gravada no Maranhão, em que a maior parte dos *BGs* usados eram músicas de reggae, posto que o estado é conhecido como a Jamaica brasileira. O mar foi representado pelos modos de vidas dos personagens apresentados e por tudo o que foi colocado como parte do universo de seu interesse.

O modo escolhido pelo programa para explorar o seu eixo temático demonstrou uma expectativa quanto ao seu público ao enfatizar a aventura, os desafios, a adrenalina. A expectativa foi a de que o telespectador, ao ligar a TV ou se conectar ao blog para assistir ao *Globo Mar*, estivesse à procura de um programa que proporcionasse, ao mesmo tempo, informação aprofundada, diversão, aventura e “territórios a serem descobertos”. Isso indica a forma como se deu, no *Globo Mar*, a articulação entre as *lógicas de produção* e as *competências da recepção*, isto é, os modos como a TV incorporou o tempo da vida cotidiana. A dinâmica do sistema produtivo da Rede Globo delimitou o tempo de o telespectador assistir ao *Globo Mar* como um momento de distração na sua vida cotidiana. Afinal, ele foi convidado a “embarcar em uma aventura no mar” e “ser um tripulante da viagem”, isto é, a ter acesso a histórias que fugissem um pouco da rotina.

Com imagens que trazem múltiplas paisagens, o produto televisivo ofereceu espaço tanto para quem assistiu à atração movido por interesse turístico quanto para aqueles interessados em questões ligadas à biologia marinha, oceanografia ou geologia, temas não tão explorados na televisão brasileira. O *Globo Mar* estabeleceu com a audiência uma afinidade com os aspectos relativos às características de cada lugar visitado, dando importância ao modo como o homem se apropria do mar seja através da pesca, da pesquisa e dos esportes.

Uma questão relevante a ser apontada é o fato de a temática voltada para o mar ter sido determinante nos aspectos visuais do programa. Por conta da navegação em alto-mar e da atividade das ondas, grande parte das imagens foram exibidas com um pouco de balanço e, em alguns momentos, as lentes das câmeras apareceram embaçadas ou com gotas d'água. O tema também exigiu a exibição de imagens gravadas embaixo d'água, com câmeras especiais, para mostrar a biodiversidade. Na edição do dia 19 de maio sobre a canoagem polinésia, a repórter Mariana Ferrão mostrou a instalação de uma microcâmera à prova d'água na canoa polinésia feita com o objetivo de registrar mais detalhes do trabalho das remadoras. Todos estes aspectos visuais descritos serviram para caracterizar o *Globo Mar* enquanto programa de grande reportagem especializado em questões sobre o mar.

A decisão da emissora de realizar um programa com temática sobre o mar e a consequente necessidade de produzir imagens em alto mar ou embaixo d'água diz respeito à disponibilidade da Rede Globo em investir em uma cuidadosa infraestrutura (dispositivos técnicos e recursos humanos e financeiros) para gravações em regiões longínquas, feitas com materiais muito caros, para apresentar as características de cada lugar. Isso mostra, em alguma medida, que a relação entre as *lógicas de produção* e os *formatos industriais*, no *Globo Mar*, se deu através da capacidade técnica da emissora de investir em um formato televisivo ousado e custoso no intuito de disputar a audiência numa faixa horária (23h45) da grade televisiva que geralmente não tem muito *ibope*.

4.6. O MODO DE ENDEREÇAMENTO DO GLOBO MAR

Após a realização da análise do *Globo Mar*, verificou-se que o *estilo* do programa é marcado pela articulação do jornalismo com a aventura e o prazer. Todos os operadores (mediadores, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática) analisados indicaram elementos que corroboraram para esta relação.

Em primeiro lugar, no *Globo Mar*, toda equipe assumiu, ao mesmo tempo, os papéis de profissionais e personagens, principalmente os apresentadores-repórteres Mariana Ferrão e Ernesto Paglia que ganharam destaque por serem os responsáveis pela condução da reportagem frente ao público. Pôde-se observar que Mariana Ferrão e Ernesto Paglia cumpriram os papéis de repórteres, conduzindo as reportagens, mas ao mesmo tempo, se mostraram como personagens ao terem aceitado desafios, ao terem cozinhado, ao terem participado de uma simulação de afogamento, ao terem mergulhado, ou seja, ao terem se envolvido com a história que estavam relatando. A imagem construída em torno deles foi a de aventureiros no sentido de que uma aventura presume imprevistos e riscos e eles passaram por isso ao longo das edições. Isso acarretou uma atualização do papel do repórter típica do jornalismo moderno enquanto aquele que presencia os acontecimentos e faz uma narração objetiva sobre eles, já que Mariana Ferrão e Ernesto Paglia demonstram um envolvimento com as histórias.

É perceptível que a atração teve como característica do modo de endereçamento de maior destaque a exibição dos bastidores. A estratégia do *making of* atuou no *Globo Mar* no sentido de reforçar a ideia de aventura, apresentando as dificuldades e os riscos pelos quais passaram a equipe durante o processo de elaboração da reportagem. Apesar de serem apresentados como percalços, os enjôos, o frio, as acomodações pequenas do barco e as paisagens e as impressões presentes nas falas dos “participantes da embarcação” constituíram uma noção de prazer promovida pelo espírito de aventura. É importante ressaltar que a temática sobre o mar permitiu também um endereçamento ligado à aventura, já que o mar é realmente um espaço de riscos e perigos, principalmente quando se trata de navegação em mar aberto como foi o caso do trabalho feito pelo *Globo Mar*.

Os assuntos avaliados como interessantes para serem pautados no *Globo Mar* foram aqueles vistos como surpreendentes, “misteriosos”, que trouxessem histórias, lugares e personagens que escapam ao comum. Entretanto, as pautas não se tornaram menos relevantes por conta do olhar de encantamento e o discurso de aventura. Pelo

contrário, este foi um fator diferencial no modo de endereçamento do programa que o tornou único na grade de programação da Rede Globo no período em que foi exibido. Aliados a isso, a busca por um aprofundamento, por uma contextualização apurada do assunto, e a valorização das experiências foram fatores que marcaram o modo de endereçamento e configuraram o *Globo Mar* no subgênero programas de grande reportagem, que apresentou estas características no decorrer de seu processo histórico no contexto da televisão brasileira e, principalmente, da Rede Globo.

Desta maneira, a aventura é articulada ao jornalismo no sentido de revesti-lo de distração e prazer, em outras palavras, entretenimento. A relação entre informação e entretenimento, fenômeno discutido contemporaneamente como *infotainment*, é vista por muitos estudiosos da filosofia e da comunicação social como um problema que impede a existência da informação por distrair a audiência. É preciso esclarecer, desde já, que o *infotainment* não se restringe à informação jornalística, o que permite autores a falar do fenômeno para se referir a produtos que não têm qualquer relação com o jornalismo. Para os autores da Escola de Frankfurt e da Comunicação e Política, o entretenimento leva necessariamente ao mau funcionamento da esfera pública, nos termos originados em Habermas, e é prejudicial à democracia. Conforme Gomes (2008), o entretenimento tem sido amplamente definido por um ponto de vista depreciativo e, muito frequentemente, ele é contraposto ao jornalismo, em especial quando relacionado à televisão.

Por outro lado, alguns autores vinculados aos *cultural studies* defendem que a articulação entre a informação e o entretenimento não significa necessariamente distorção ou prejuízo para nenhuma das duas áreas. Para eles, o que é necessário ser observado nos programas são as características resultantes desta articulação. Gomes (2008) aponta uma concepção de entretenimento como um valor das sociedades ocidentais contemporâneas, traduzido pela primazia do prazer e dos sentidos e, no campo audiovisual, ilustrado por um conjunto de estratégias para atrair a atenção de seus consumidores. É necessário destacar que, como valor, o prazer é social e “inseparável da atividade em que é experimentado” (GOMES, 2008, p. 98). Esta monografia adota aqui a perspectiva dos estudos culturais que têm considerado o prazer como indissociável da vida cotidiana e não oposto à vida política.

Segundo Gomes (2008), a relação entre jornalismo e entretenimento não é nova, ainda que haja uma ampliação contemporânea do debate sobre a questão e o surgimento

da expressão *infotainment*. Tem sido tendência na mídia contemporânea uma discussão que aponta a articulação do jornalismo com o entretenimento como maléfica para o funcionamento da democracia e do bom jornalismo e que acredita que os dois são territórios totalmente distintos na esfera midiática. Contudo, os *cultural studies* vêem o *infotainment* positivamente como um fenômeno que evidencia o caráter de processo histórico cultural do jornalismo e permite legitimar o prazer como parte dos propósitos jornalísticos e o obriga ao reconhecimento de que o entretenimento faz parte da sua história. Para os estudos culturais, o *infotainment* torna necessário reavaliar a relação entre o jornalismo e seus públicos e levar em conta a hipótese de que esta relação acontece, duplamente, via cognição e fruição.

Nos estudos sobre jornalismo em geral, parte-se da teoria da democracia, pensada nos moldes da democracia representativa, para caracterizar as funções e serviços que o jornalismo cumpriria no sistema político, através de um discurso objetivo e impessoal. No entanto, por mais que o conceito de esfera pública seja fundamental nesta descrição do jornalismo, diante de um contexto global de transformações e em face da crescente importância do entretenimento, é importante reavaliar esta relação entre jornalismo e a noção habermasiana de esfera pública. Gomes (2008) afirma que a noção de esfera pública precisa se alargar a ponto de acolher outras áreas que não sejam só política e economia.

A partir daí, pode-se dizer que o *infotainment* foi um fenômeno presente no modo de endereçamento do *Globo Mar*, que explorou o entretenimento pelo viés da aventura. Ele imprimiu ao programa um convite a uma partilha de conhecimento unida ao prazer, à diversão e à distração. O propósito foi tornar a grande reportagem mais criativa e interessante para que o público se sentisse atraído pelo produto televisivo. O *Globo Mar* lidou com uma visão alargada de jornalismo por ter desenvolvido pautas ligadas a esportes, à vida cotidiana de quem mora em barcos, a pesquisas científicas e ao turismo, além de pautas ligadas à economia, até mesmo pelo fato de a temática a respeito do mar exigir isso. A visão alargada de jornalismo esteve presente também no fato de a noção de aprofundamento da reportagem estar ligada diretamente ao envolvimento dos repórteres com o assunto tratado. Assim, o *Globo Mar* buscou ir além da informação e dar atenção à experiência individual que está ligada à busca por atividades prazerosas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi analisar o modo de endereçamento do *Globo Mar* no intuito de identificar as características específicas do produto televisivo para contribuir para a percepção de marcas do subgênero programas de grande reportagem. Este estudo foi importante, porque, como o próprio De La Rue (2006) ressaltou, existe uma falta de estudos acadêmicos sobre a grande reportagem, seja ela pertencente ao jornalismo impresso ou televisivo, e isso indica uma dificuldade de definição de um evento heterogêneo.

Dessa forma, foi positivo o levantamento de uma bibliografia, apesar de escassa, a respeito da grande reportagem no jornalismo impresso e televisivo, além de uma pesquisa sobre o gênero documentário, sobretudo o televisivo, já que ele foi visto como uma matriz cultural dos programas de grande reportagem. Este trabalho de conclusão curso concorda com a concepção de Mittel (2004) de que o gênero televisivo é uma categoria cultural em processo contínuo de formação, cuja análise deve ser situada historicamente. Mas, mesmo enxergando o gênero televisivo como uma categoria cultural em fluxo contínuo, esta monografia acredita que é possível detectar aspectos em comum entre os produtos de um mesmo gênero ou subgênero específico dentro da programação televisiva. Isto se dá porque o gênero, enquanto estratégia de comunicabilidade (BARBERO, 2008), é capaz de guiar a audiência em relação ao que ela pode esperar de um programa, dos assuntos tratados e dos modos como o produto televisivo se destina ao seu público (WILLIAMS, 1997).

Por este motivo, o trabalho conseguiu perceber algumas marcas do subgênero programas de grande reportagem após o diálogo com os autores que estudaram a grande reportagem de um modo geral e a grande reportagem no jornalismo impresso e na televisão, mais especificamente na Rede Globo. O aprofundamento, a contextualização, a valorização das experiências, a criatividade, a ousadia e a busca pela fuga do lugar comum e do factual foram os aspectos principais detectados para caracterizar a grande reportagem e, conseqüentemente, o subgênero. Verificou-se que os programas de grande reportagem na televisão brasileira tiveram como uma de suas principais referências iniciais o documentário e, a partir disso, pôde-se ver aproximações e distanciamentos entre os dois. A busca por semelhanças e diferenças através da

variedade destes campos colaborou para que o trabalho ampliasse o entendimento sobre os programas de grande reportagem. Notou-se que os produtos deste subgênero apresentam como características principais o fato de serem resultado de um trabalho de uma equipe, de necessitarem da presença do repórter cujo papel é fundamental no seu desenvolvimento, de serem guiados por premissas do jornalismo como a imparcialidade e a objetividade e de precisarem ter uma conexão com os temas da atualidade.

Neste trabalho, considerou-se o *Globo Repórter* como o mais tradicional programa de reportagem da televisão brasileira por ser o mais antigo, por sua trajetória, por sua localização em uma emissora já consolidada empresarialmente e por influências do *Globo Repórter* observadas em outros programas de grande reportagem. Assim, o *Globo Mar* teve o *Globo Repórter* como um de seus percussores e uma de suas referências. Muitas das características do *Globo Repórter* em sua fase mais recente - especificamente as edições com o selo aventura - estiveram no *Globo Mar* como a preocupação no desenvolvimento da pauta com a escolha de viagens a locais distantes que rendam uma aventura e informações que fujam ao ordinário.

Este arcabouço teórico acerca do assunto ajudou na análise do *Globo Mar* no sentido de perceber suas referências e o contexto televisivo que contribuía para ele ser efetivamente um programa de grande reportagem. Entendeu-se que foi o processo histórico de formação do subgênero juntamente com a localização na Rede Globo que possibilitaram a existência do *Globo Mar* na televisão brasileira da forma como foi veiculado.

Simultaneamente, o fato de o *Globo Mar* ter sido produzido pela Rede Globo possibilitou que ele se apropriasse de aspectos de um programa de grande reportagem recente, o *Profissão Repórter*, e de outras atrações da grade de programação da emissora como os programas de jornalismo esportivo e as ficções seriadas. Sobre este ponto, é preciso levar em conta a capacidade da emissora de dispor de aparatos tecnológicos e de recursos humanos e financeiros a serviço dos programas jornalísticos, das telenovelas, dos seriados, dentre outros, e ao mesmo tempo, de dialogar as linguagens próprias dos gêneros e subgêneros televisivos que produz. Esta lógica da Rede Globo mostra o que a empresa aposta ser os gostos do público para conquistar a audiência e continuar na posição de liderança frente às concorrentes. O diálogo do *Globo Mar* com elementos próprios de narrativas ficcionais televisivas, a adesão ao estilo de reportagem voltado para a aventura - como os vistos no *Globo Repórter* e em

programas de jornalismo esportivo como o *Esporte Espetacular* - e a estratégia de exibição do *making of* - também usada no *Profissão Repórter*, mas de modo distinto - são o que a emissora acredita que têm agradado aos telespectadores.

Desta forma, o *Globo Mar* se configurou como atração do subgênero programas de grande reportagem pela preocupação com o aprofundamento, com a contextualização, com a valorização das vivências e com a busca pela fuga de pautas factuais, além de ter sido claramente um resultado de um trabalho de uma equipe que imprimiu suas marcas na reportagem e ter os repórteres como figuras fundamentais na condução da reportagem. O programa reconfigurou o subgênero através das experimentações de algumas estratégias como: trazer convidados para acompanhar a produção da reportagem e dar a eles o papel de personagens, “tripulantes da viagem”; exibir uma legenda com breves resumos de como seguiram as vidas dos convidados; e mostrar os bastidores da reportagem para proporcionar uma atmosfera de aventura.

Além disso, o *Globo Mar* trouxe uma proposta nova de veiculação de programas de grande reportagem, no caso em temporadas, e que foi seguida pela atração que o substituiu na grade de programação da TV Globo, o *Brasileiros*. Isso levanta um questionamento, que apenas pode ser respondido futuramente, sobre se a emissora vai continuar apostando mesmo neste tipo de formato de programa de grande reportagem que é exibido por temporada, se este é um modelo emergente na programação da Globo. Assim, o trabalho atingiu seu objetivo de fomentar a discussão sobre gêneros televisivos, o gênero *programas jornalísticos* e, em especial, o subgênero programa de grande reportagem. Ele foi útil para apontar pistas do que pode ser caracterizado como programa de grande reportagem e contribuir para investigações futuras sobre o assunto.

A análise do *Globo Mar* permitiu observar que o *estilo* do programa é marcado pela articulação do jornalismo com a aventura e o prazer. Por isso, colocou em pauta também um questionamento sobre uma visão romântica de jornalismo. A emoção de viver uma aventura e de conhecer lugares e pessoas diferentes foi uma estratégia do *Globo Mar*. Este olhar a respeito do jornalismo como aventura, conforme já foi dito, está presente em outras atrações televisivas, inclusive em programas de grande reportagem como o *Globo Repórter* e o *SBT Repórter*.

É fundamental que se difunda na sociedade uma visão crítica acerca do jornalismo, sobretudo nos produtos televisivos. Entretanto, ao concluir esta análise sobre o *Globo Mar*, foi possível perceber que o tratamento romântico e voltado para a

questão da aventura não afetou a qualidade jornalística do programa. Os assuntos não deixaram de ser apresentados de maneira aprofundada. Pode-se até dizer que esta estratégia enriqueceu o modo de contar as histórias do *Globo Mar*. Esta discussão segue a mesma linha do debate sobre a articulação entre informação e entretenimento e entre a associação do jornalismo televisivo ao entretenimento, em que muitos estudiosos enxergam esta relação como prejudicial ao trabalho jornalístico. O telejornalismo enquanto instituição social não pode ser considerado uma aventura, mas, enquanto forma cultural, o discurso de aventura pode funcionar como estratégia de tornar o relato mais prazeroso para que o assiste. Isso é positivo, já que o prazer é social e não pode ser visto como separado das atividades cotidianas, que incluem o processo de aquisição de conhecimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

APÓS um ano de produção, Globo estreia programa sobre o mar. **Terra**. Rio de Janeiro, 22 mar. 2010. Disponível em: <<http://diversao.terra.com.br/tv/noticias/0,,OI4333145-EI12993,00-Apos+um+ano+de+producao+Globo+estrela+programa+sobre+o+mar.html>>. Acesso: 06 nov.2010.

ARAÚJO, Valéria Maria Sampaio Villas Bôas. **Outras notícias virão logo mais: Periodicidade e serialidade nos telejornais diários da Rede Globo**. Projeto de mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação (Universidade Federal da Bahia). Orientador: Itania Maria Mota Gomes. Salvador, 2009.

ARRUDA, Adriana. Globo Mar e Brasileiros devem ter nova temporada. **Tv Telinha**. São Paulo, 19 set. 2010. Disponível em: <<http://www.tvtelinha.com/globo-mar-brasileiros-nova-temporada/10540/>>. Acesso: 06 nov.2010.

AVIGHI, Carlos Marcos. **Euclides da Cunha Jornalista**. Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, 1987.

BARBERO, Jesus Martin. **Dos meios às mediações – Comunicação, cultura e hegemonia**. 5ª edição. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2008.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo: filosofia e técnica**. Porto Alegre, Ed. Sulina, 1976.

BEZERRA, Julio Carlos. **Documentário e Jornalismo: Propostas para uma Cartografia Plural**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura). Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Orientadora: Consuelo Lins. Rio de Janeiro, 2008.

BORELLI, Sílvia; PRIOLLI, Gabriel (coordenadores). **A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência**. São Paulo, Summus, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo, Companhia das Letras, 1996.

CASTRO, Daniel. Novo programa matinal da Globo sobe no telhado. **R7**. São Paulo, 30 out. 2009. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/blogs/daniel->

castro/2009/10/30/novo-programa-matinal-da-globo-sobe-no-telhado/>. Acesso em: 19 out. 2010

CASTRO, Vanda Viveiros de. Reportagem. In: Elizabeth Bastos Duarte & Maria Lília Dias de Castro (Orgs.) **Televisão: entre o Mercado e a Academia**. Porto Alegre, Ed. Sulina, 2006, p. 189-192.

CHIQUIM, Giovana. O intercâmbio de gêneros na grande-reportagem “A milésima segunda noite da Avenida Paulista”, de Joel Silveira. In: **Diálogo e Interação**. Vol. 2. Cornélio Procópio, 2009.

COSTA, Marília Hughes Guerreiro. **O modo de endereçamento do Globo Repórter: uma análise a partir de três períodos historicamente distintos**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Universidade Federal da Bahia (UFBA), Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia. Orientador: Itania Maria Mota Gomes. Salvador, 2009.

CRIADO, Alex. **Falares: a oralidade como elemento construtor da grande reportagem**. Tese (Doutorado em Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo (USP). Orientador: Edvaldo Pereira Lima. São Paulo, 2006.

DEGL' IESPOSTI, Júlio César. **A grande-reportagem na televisão brasileira: Um estudo do Globo Rural**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero. Orientador: Dimas A. Künsch. São Paulo, 2009.

DE LA RUE, Saulo. A Grande Reportagem entre o Mercado e a Academia. In Elizabeth Bastos Duarte & Maria Lília Dias de Castro (Orgs.) **Televisão: Entre o Mercado e a Academia**. Porto Alegre, Ed. Sulina, 2006, p. 183-188.

DINIZ, Talita Rampazzo. **Mecanismos de proximidade: tendências atuais na enunciação de telejornais globais**. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, Intercom, 2010.

ESPORTE Espetacular. **Memória Globo**. 2010. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-240030,00.html>>. Acesso em: 19 out. 2010.

FERRÃO, Mariana. Seu Vado e o mar. **Globo Mar**. 30 abr. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/platb/globomar/2010/04/30/seu-vado-e-o-mar/>>. Acesso em: 19 out. 2010.

FORMAGGINI, Beth. Catálogo do Festival É Tudo Verdade, 2002. In. BOCCATO, Paulo (ed.). **Cinema na tv: Globo Shell Especial e Globo Repórter (1971-1979)**. São Paulo, 2002.

GLOBO investe em seriados e no jornalismo em seus 45 anos. **G1**. São Paulo, 22 mar 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL1539831-7084,00GLOBO+INVESTE+EM+SERIADOS+E+NO+JORNALISMO+EM+SEUS+ANOS.html>>. Acesso em: 2 nov 2010.

GLOBO Mar. **Diretoria Geral de Comercialização da Globo**. 2010. Disponível em: <http://comercial.redeglobo.com.br/programacao_reportagem_globomar_intro.php>. Acesso em: 2 nov. 2010.

Globo Mar estreia nesta quinta-feira (8). **Jornal Hoje**. São Paulo, 8 mar. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornalhoje/0,,MUL1562041-16022,00-GLOBO+MAR+ESTREIA+NESTA+QUINTAFEIRA.html>> . Acesso em: 3 nov. 2010.

GLOBO produzirá segunda temporada para os jornalísticos “Globo Mar” e “Brasileiros”. **Uol**. São Paulo, 15 set. 2010. Disponível em: <http://natelinha.uol.com.br/2010/09/15/not_34086.php>. Acesso em: 2 nov. 2010.

GLOBO REPÓRTER. **Memória Globo**. 2010. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-238604,00.html>> . Acesso em: 14 out. 2010.

GLOBO Shell Especial. **Memória Globo**. 2010. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-237614,00.html>>. Acesso em: 11 out. 2010.

GOMES, Itania Maria Mota. Das utilidades do conceito de modo de endereçamento para análise do telejornalismo. In Elizabeth Bastos Duarte & Maria Lília Dias de Castro (Orgs.). **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre, Ed. Sulina, 2006, p. 107 – 123.

GOMES, Itania Maria Mota. “Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise” in **Revista e-compos**, edição 8, abril de 2007.

GOMES, Itania Maria Mota. O embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico. In:

DUARTE, Elizabeth Bastos & CASTRO, Maria Lília Dias (Org.). **Em torno das Mídias: práticas e ambiências**. Porto Alegre, Sulina, 2008, p. 95-112.

GOMES, Itania Maria Mota. **Metodologia de Análise de Telejornalismo (II): Um protocolo de análise de gênero televisivo como categoria cultural**. Projeto de Pesquisa apresentado ao CNPq – Produtividade em pesquisa 2012/2015. Salvador, 2010.

JIMENEZ, Keila. Brasileiros e Globo Mar terão novas fornadas. **Estadão**. São Paulo, 14 set. 2010. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20100914/not_imp609415,0.php>. Acesso em: 19 out. 2010.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre, Sulina, 2004.

JÚNIOR, Gonçalo. Histórias que dão prazer. In: **Gazeta Mercantil**. Salvador, 2001.

KOTSCHO, Ricardo; DIMENSTEIN, Gilberto. **A aventura da reportagem**. São Paulo, Summus, 1990.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. São Paulo, Manole, 2004.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo, Editora SENAC, 2000.

MAIA, Jussara Peixoto. **O Jornal Nacional e o Globo Rural: as relações entre gêneros e modos de endereçamento no telejornalismo**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Universidade Federal da Bahia. Orientador: Itania Maria Mota Gomes. Salvador, 2005.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente – Narrativa e Cotidiano**. São Paulo, Summus, 2003.

MELO, Cristina Teixeira Vieira de, MORAIS, Wilma. Peregrino de e GOMES, Isaltina Maria de Azevedo Mello. **O documentário jornalístico, gênero essencialmente autoral**. In: XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação. Campo Grande, Intercom, 2001.

MITTEL, Jason. **Genre and Television: from cop shows to cartoons in American culture**. Londres, Routledge, 2004.

MODENESI, André. Achei que conhecia o mar. **Globo Mar**. 8 jun. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/platb/globomar/?s=achei+que+conhecia+o+mar>>. Acesso em: 19 out. 2010.

MORLEY, David & BRUNSDON, Charlotte. **Everyday Television: “Nationwide”**, Londres, British Film Institute, 1978.

MOTA, Arcângela. Longe da terra firme, 'Globo Mar' conta histórias do oceano. **Terra**. Rio de Janeiro, 7 abr. 2010. Disponível em: <<http://diversao.terra.com.br/tv/noticias/0,,OI4367934-EI12993,00-Longe+da+terra+firme+Globo+Mar+conta+historias+do+oceano.html>> . Acesso em: 19 out. 2010

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira : Cultura brasileira e indústria cultural**. São Paulo, Brasiliense, 2001 [1988].

PAES, José Paulo. **A aventura literária: ensaios sobre ficção e ficções**. São Paulo, Companhia das Letras, 1990.

PALHA, Cássia R. Louro. **O Povo e a TV: Construções do popular na história do Globo Repórter (1973-1985)**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense (UFF). Orientadora: Marialva Carlos Barbosa. Niterói, 2007.

PROFISSÃO Repórter. **Memória Globo**. 2010. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-268972,00.html>>. Acesso em: 25 out. 2010.

RIOS, Anailza de Freitas Coutinho. **Minidicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. São Paulo, Casa das Letras, 2001.

ROSSINI, Miriam de Souza. O gênero documentário no cinema e na tevê. In Elizabeth Bastos Duarte & Maria Lília Dias de Castro (Orgs.). **Televisão: entre o Mercado e a Academia**. Porto Alegre, Ed. Sulina, 2006, p. 237 – 250.

SANTOS, Thiago Emanuel Ferreira dos. **Infotainment e Telejornalismo: As estratégias de Endereçamento do Profissão Repórter**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal da Bahia (UFBA). Orientadora: Itania Maria Mota Gomes. Salvador, 2009.

SERAFIM, José Francisco. Televisão e documentário: afinidades e desacertos. In Itania Maria Mota Gomes (Org.). **Televisão e realidade**. Salvador, EDUFBA, 2009, p. 49 – 59.

SE tiver 100 anos de programa, temos assuntos para discutir, afirma pesquisador.

Globo Mar. 14 mai. 2010. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/platb/globomar/?s=Se+tiver+100+anos+de+programa%2C+temos+assuntos+para+discutir%2C+afirma+pesquisador>>. Acesso em 19 out. 2010.

SIFUENTES, Lírian. **Telenovela e a identidade feminina de jovens da classe popular**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Midiática) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS). Orientador: Veneza Mayora Ronsini. Santa Maria, 2010.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo, Editora Summus, 2004.

WILLIAMS, Raymond. **Television. Technology and cultural form**. Londres, Routledge, 1997.

GLOSSÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS

CHAMADA: Texto transmitido dentro da programação normal da emissora para chamar a atenção do telespectador sobre o que ele verá no programa.

BG: É a sigla referente ao termo inglês *background*, que diz respeito aos ruídos, músicas e vozes existentes por trás da gravação de áudio que acompanham a fala do apresentador ou do repórter.

OFF: Quando o narrador lê sem aparecer na tela.

SELO: Ícone de pessoa, assunto ou instituição componente do cenário do programa por meio de recurso gráfico.

VINHETA: música e imagem que representam o programa. Nos programas jornalísticos, a vinheta é usada basicamente na abertura e no intervalo entre os blocos.