



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

THIAGO EMANOEL FERREIRA DOS SANTOS

**Infotainment e Telejornalismo:
As Estratégias de Endereçamento do Profissão Repórter**

Salvador

2009

THIAGO EMANOEL FERREIRA DOS SANTOS

**INFOTAINMENT E TELEJORNALISMO: AS ESTRATÉGIAS DE
ENDEREÇAMENTO DO PROFISSÃO REPÓRTER**

Monografia apresentada ao Curso de graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação com habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dr^a Itania Maria Mota Gomes

Salvador
2009

AGRADECIMENTOS

Aproxima-se do fim mais uma etapa da minha vida. Não foram poucos aqueles que contribuíram para que eu alcançasse esta linha de chegada. Neste momento, não posso deixar de agradecer a Deus. Sem ele, nada seria possível. Na minha família, marcada pela existência de mulheres fortes, destaco as matriarcas, símbolos de retidão e doçura, Josefa e Neném.

Ainda em relação às fortes mulheres da minha família, não poderia deixar de destacar aquela que é a mais importante da minha vida, minha mãe, que foi pai e mãe e é a maior responsável por eu ser quem eu sou. Vejo esta minha graduação como homenagem e agradecimento à minha avó, mãe e amiga Ana. A ausência das palavras nunca vai apagar a presença na memória.

Tenho ainda que agradecer aos meus quatro tios. Se os primeiros anos de minha vida fossem um filme, ele, com certeza, seria *Quatro solteirões e um bebê*. Todos eles me ensinaram alguma coisa. Com Dadau, aprendi o amor incondicional à família, com Nonô, a vontade de sempre ajudar, com Dito, a manter sempre viva a eterna criança e com Quinho, a possuir retidão de caráter. Há ainda outros tios e tias que homenageio através de minha tia Maria Helena, alicerce nos momentos difíceis.

Não poderia deixar de falar que quiseram todos os filhos únicos ter a quantidade de irmãos que eu tenho. Nenhum biológico, mas todos escolhidos. Primeiro foram os primos-irmãos da família. Depois, os sempre presentes irmãos da Família A e, mais recentemente, os irmãos da FACOM que provam ser possível fazer amizades verdadeiras na faculdade.

Para finalizar os agradecimentos, tenho que falar dos mestres que encontrei durante todo o meu percurso estudantil. No ISBA, figuras como Augusto, Heloísa e Adônis foram fundamentais. Na faculdade, Itania, Monclar e Wilson me permitiram ampliar o modo de ver a comunicação, o jornalismo e o mundo.

RESUMO

Neste trabalho, discutimos os elementos que formam o modo de endereçamento do programa *Profissão Repórter* da Rede Globo a partir da metodologia apresentada pela doutora Itania Maria Mota Gomes. Utilizamos os operadores de análise presentes nesta metodologia – mediador, contexto comunicativo, organização temática e pacto sobre o papel do jornalismo. É utilizado ainda para o mesmo fim, auxiliando na discussão sobre os operadores de análise, o conceito de trajetória, formulado pelo sociólogo Pierre Bourdieu e os três modos de comunicação do telejornalismo apresentados pelo professor de comunicação Mats Ekström. Além disto, a presente monografia discute a forma como a informação e o entretenimento têm se articulado em programas telejornalísticos brasileiros, em especial, na configuração das reportagens do *Profissão Repórter*.

Palavras-chave: modo de endereçamento, *infotainment*, Caco Barcellos

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Fig. 1	Fig. 2	Fig. 3	Fig. 4	50
Fig. 5		Fig. 6		58
Fig. 7		Fig. 8	Fig. 9	60
Fig. 10		Fig. 11		69
Fig. 12		Fig. 13		84

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	3
RESUMO	4
INTRODUÇÃO	7
1. O INFOTAINMENT: INFORMAÇÃO E ENTRETENIMENTO	10
1.1 O ENTRETENIMENTO COMO PROBLEMA	10
1.2 INFOTAINMENT SOB UMA NOVA PERSPECTIVA	15
1.2.1 <i>Infotainment e Cultura Popular</i>	21
2. METODOLOGIA DE ANÁLISE	26
2.1 MODO DE ENDEREÇAMENTO.....	26
2.2 TELEJORNALISMO EM TRÊS MODOS DE COMUNICAÇÃO	29
2.3 TRAJETÓRIA NA RELAÇÃO COM O MODO DE ENDEREÇAMENTO	36
3. O PROFISSÃO REPÓRTER	41
3.1 REDE GLOBO E O INFOTAINMENT.....	42
3.1.1 <i>Informação e Entretenimento no Fantástico</i>	45
3.1.2 <i>Globo Repórter e Profissão Repórter</i>	47
3.2 OS TRÊS MODOS DE COMUNICAÇÃO DO PROFISSÃO REPÓRTER	49
3.3 CACO BARCELLOS E AS DIVERSAS POSIÇÕES NO PROFISSÃO REPÓRTER	67
3.4 OS JOVENS REPÓRTERES.....	71
3.4.1 <i>Os Jovens Repórteres Mais Jovens</i>	75
3.5 PROFISSÃO REPÓRTER E A INTERNET	83
3.6 O MODO DE ENDEREÇAMENTO DO PROFISSÃO REPÓRTER.....	85
CONSIDERAÇÕES FINAIS	88
REFERÊNCIAS	91
ANEXO	94

INTRODUÇÃO

O jornalismo é um campo em debate e os discursos em torno dele estão em disputa. Como todo campo social, do ponto de vista proposto pelo sociólogo Pierre Bourdieu, ele apresenta embates entre os seus agentes. Há aqueles que defendem um modelo de jornalismo que pode ser aplicado em diferentes contextos sociais, culturais e econômicos e aqueles que acreditam existir tantos jornalismo quanto são estes contextos. Os primeiros, acadêmicos vinculados à teoria crítica e à tradição que estuda as relações existentes entre a comunicação e a política, vêem com apreensão o vínculo do jornalismo com outras áreas, como o entretenimento. Os outros, alguns vinculados aos estudos culturais, propõem que esta articulação entre informação e entretenimento não seja vista necessariamente como um problema ou distorção para nenhuma das duas áreas.

A articulação existente entre o campo da informação e a área do entretenimento no telejornalismo brasileiro já foi objeto de análise em outros artigos formulados por mim. O primeiro foi resultado da disciplina Comunicação e Cultura Contemporâneas, em que, em grupo, analisei como os dois campos se articulavam no interior do programa *Custe o Que Custar* (CQC) da Rede Bandeirantes. Na análise do mesmo programa, escrevi em conjunto com a doutora Itania Maria Mota Gomes e a mestre em Comunicação Juliana Guttman, o artigo *Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás. Jornalismo e Entretenimento no Custe o que Custar*, publicado na revista eletrônica E-Compós¹. A observação deste programa, nas duas oportunidades anteriormente citadas, mostrou ser possível a articulação entre a informação e o entretenimento em programas televisivos sem acarretar em um problema nem na sua função de informar, nem na de entreter.

Após as análises do CQC, comecei a me questionar sobre como o *infotainment* é estabelecido em outros programas telejornalísticos brasileiros. Em especial, como isto se dá na maior rede de televisão do Brasil, a Rede Globo. Dentre os programas jornalísticos produzidos por esta rede de televisão, escolhi para a análise o *Profissão Repórter*, cuja primeira edição foi exibida no dia 29 de maio de 2008, com a decisão da rede de televisão

¹ Eles está à solta, mas nós estamos correndo atrás. Jornalismo e Entretenimento no Custe o Que Custar. E-Compós, vol.11, nº 2, 2008

em constituir uma terceira linha de atrações noturnas, como é denominada a faixa de programação das 23 horas. Na terça-feira, vai ao ar logo após o programa humorístico *Toma Lá Dá Cá* e antes do *Jornal da Globo*, aproximadamente às 23 horas e 15 minutos. A sua principal concorrência no horário, no período compreendido pelo corpus – outubro de 2008 e junho de 2009 – foi o programa *O Aprendiz* e as novelas da Rede Record.

A escolha deste programa como objeto da presente monografia foi motivada por ele anunciar, como um dos discursos para a sua audiência, ser o local onde serão mostrados os bastidores da realização da atividade jornalística; da construção das reportagens. A inserção dos chamados *making-ofs* é um fenômeno crescente nos produtos culturais, sendo utilizados nos DVDs de filmes, shows, entre outros produtos. Considero ser esta disponibilização dos bastidores uma maneira de informar a audiência sobre o processo de produção dos programas, ao mesmo tempo em que a está entretendo, sendo um bom exemplo da utilização do *infotainment* nos produtos culturais, mesmo que, nestes casos, não se esteja falando de informação jornalística. No decorrer da análise, notamos que o programa utiliza diversos recursos audiovisuais para articular a informação com o entretenimento, como será mostrado no terceiro capítulo da presente monografia.

Outra razão para eu ter escolhido o *Profissão Repórter* como objeto de análise do *infotainment* na Rede Globo foi o fato dele ter sido exibido, antes de assumir a sua atual posição na grade televisiva, pelos programas *Globo Repórter* e *Fantástico*, programas em que a articulação entre a informação e o entretenimento também se faz presente de maneira recorrente. Para mim, diz muito para esta discussão o fato dele estar localizado na grade da TV Globo entre um humorístico e um telejornal. Além destes motivos, mais uma razão que me provocou o interesse em analisar este programa foi o fato dele ter sido formulado e ser apresentado pelo jornalista Caco Barcellos, profissional que é identificado pelos outros agentes do campo jornalístico como alguém que possui uma trajetória importante em seu interior, tendo publicado diversos livros e recebido prêmios pela realização de reportagens investigativas.

Após apresentar os motivos para a escolha do programa que aqui será analisado, acho necessário afirmar que as estratégias empregadas pelo programa para articular a informação com o entretenimento serão observadas através da análise do modo de endereçamento do *Profissão Repórter*. Explicar o seu modo de endereçamento é o

objetivo principal da presente monografia. Para este fim, foram utilizados os operadores de análise formulados por Itania Maria Mota Gomes em seu artigo *Questões de Método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise*: mediador, pacto sobre o papel do jornalismo, organização temática e contexto comunicativo. Modo de endereçamento deve permitir pensar como o *Profissão Repórter* constrói um estilo que lhe permite se diferenciar dos demais programas existentes na grade televisiva. Foram analisados para este fim 20 edições do programa, compreendidos do dia 14 de outubro de 2008 ao dia 16 de junho de 2009.

A apresentação dos operadores que possibilitam alcançar o modo de endereçamento está no segundo capítulo da presente monografia. Ainda no segundo capítulo, apresento a minha contribuição para a observação de alguns aspectos da proposta de Itania Gomes, a partir dos conceitos introduzidos pelo professor de comunicação Mats Ekström em torno de três modos de comunicação do telejornalismo e o conceito de trajetória formulado pelo sociólogo Pierre Bourdieu, que nos permite contribuir com a discussão em torno de, ao menos, dois operadores de análise: o pacto sobre o papel do jornalismo e o mediador. O conceito de trajetória é aqui utilizado a partir da observação da importância que Caco Barcellos assume a frente do programa e da sua importância, como dito anteriormente, no interior do campo jornalístico. Ele, segundo o site *Memória Globo*, foi o criador do programa e, além disto, é o seu apresentador, repórter e, por vezes, editor-chefe.

No primeiro capítulo, introduzo a discussão que se tem feito em torno do entretenimento e, mais recentemente, sobre a articulação deste com o campo da informação, resultando no neologismo *infotainment*. E, por fim, no terceiro capítulo, elaboro a análise em torno do modo de endereçamento do programa citado e problematizo a articulação das características do entretenimento com os elementos do jornalismo através dos recursos audiovisuais e narrativos do *Profissão Repórter*. Neste capítulo, apresentamos as estratégias que o programa utiliza para destacar a posição de Caco Barcellos em contraponto aos jovens repórteres que compõem a equipe de reportagem do programa, conferindo a ele a função de explicar e narrar os procedimentos que estão sendo apresentados durante os bastidores da realização das reportagens.

1. O INFOTAINMENT: INFORMAÇÃO E ENTRETENIMENTO

O termo *infotainment* é um neologismo utilizado para destacar a articulação existente entre os campos da informação e do entretenimento. Segundo Itania Gomes (2009), o termo tem pelo menos duas décadas de existência, tendo surgido num duplo contexto: nas engenharias de computação e indústria automobilística e nas Ciências Sociais, em especial, na Comunicação. Nos primeiros, se referem a sistemas que permitem que usuários possam acessar serviços de informação e de entretenimento, como mapas, fotos, condições de estradas. Na segunda área, a expressão indica a articulação entre duas áreas do contexto midiático: a informação e o entretenimento.

No entanto, a relação entre estas duas áreas encontra resistência por parte de diversos autores, vinculados à filosofia e à comunicação social, que argumentam que o entretenimento impede a existência da informação por distrair a audiência. No campo teórico vinculado aos estudos da comunicação e da produção cultural, este tipo de argumentação encontrou ressonância, principalmente, nos autores da Escola de Frankfurt, fortemente influenciados pela visão marxista da sociedade, e da Comunicação e Política, que vêem o entretenimento como uma barreira para que haja uma esfera pública massiva, nos termos originados em Habermas.

De outro lado, estão localizados alguns autores vinculados à proposta teórico-metodológica dos Estudos Culturais que defendem que esta articulação entre a informação e o entretenimento não signifique necessariamente distorção ou prejuízo para nenhuma das duas áreas, devendo ser observadas nos programas as características resultantes desta articulação. As nuances dos argumentos de ambas as posições serão melhor exploradas nos tópicos a seguir.

1.1 O ENTRETENIMENTO COMO PROBLEMA

O conceito de entretenimento tem sido, ao longo dos anos, alvo de diferentes interpretações do seu significado e efeitos para a vida social. O professor Richard Shusterman (2003), em uma abordagem histórica e etimológica do termo, identifica alguns sentidos que têm sido atribuídos pelas diversas correntes teóricas e seus autores. Numa tradição ligada a Platão, Hegel, Heidegger, Gadamer e Hannah Arendt, o autor identifica uma atribuição negativa ao entretenimento, sendo ele tratado como aquilo que desvia a atenção dos temas importantes. Uma das influências mais fortes ao sentido negativo dado ao termo pela filosofia alemã, segundo Shusterman (idem), deve-se a Hegel. Este filósofo, diz o professor, afirmava que havia uma distinção entre a arte verdadeira e as distinções artísticas servis. Para ele, o entretenimento é uma região inferior para a servidão do prazer, aprisionando desta maneira as pessoas, e as artes superiores só se tornam arte verdadeira quando estão livres desta subserviência.

Como dito anteriormente, esta visão negativa de Hegel vai incidir sobre a filosofia alemã. Aqui nos detemos ao posicionamento de dois dos principais representantes de parte desta filosofia, ligados à Escola de Frankfurt – Theodor Adorno e Walter Benjamin – em relação ao entretenimento. Adorno foi, conjuntamente, com outro teórico, Max Horkheimer, formulador do conceito de indústria cultural, apresentado pela primeira vez no livro *Dialética do Esclarecimento*, a fim de falar da cultura produzida pelos meios de comunicação de massa. Segundo eles, o termo assumiu o lugar do conceito de cultura popular para excluir a interpretação em que o fenômeno se trataria de uma cultura que surge das próprias massas, pois para eles, a indústria cultural é uma integração deliberada a partir de cima. “O consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas seu objeto” (ADORNO, 1968, p. 288).

É importante, antes de prosseguir com a apresentação dos argumentos de Adorno, localizá-lo quanto à sua filiação político-filosófica. O pensamento deste teórico alemão tem como influência o campo filosófico marxista em que as instituições sociais eram determinadas pelo sistema econômico em que estivessem inseridas. Ou seja, haveria superestruturas que seriam meros reflexos de uma infraestrutura econômica. A indústria cultural e o campo da comunicação podem ser enquadrados, levando em consideração este raciocínio, como superestruturas da sociedade capitalista. Para além de sua argumentação de que a indústria cultural não era representativa da vontade popular, Adorno considerava-a um impedimento para a organização das massas, já que as distraía.

Através da ideologia da indústria cultural, o conformismo substitui a consciência: jamais a ordem por ela transmitida é confrontada com o que ela pretende ser ou com os reais interesses dos homens. (...) As elucubrações da indústria cultural não são nem regras para uma vida feliz, nem uma nova arte da responsabilidade moral, mas exortações a conformar-se naquilo atrás do qual estão os interesses poderosos (ADORNO, 1968, p. 293).

A mesma consideração feita por Adorno à indústria cultural vai ser estendida para a televisão. Naquela época, um meio que havia se originado há poucos anos e cuja principal discussão era sobre quais efeitos teria em um público que havia se acostumado à fruição da tela do cinema. O teórico é categórico ao dizer que a televisão comercial faz retroceder a consciência, não pela deterioração do conteúdo das emissões em confronto com o filme e o rádio, mas sim, por obscurecer a distância real entre as pessoas e as coisas ao aproximá-las frente ao aparelho de TV. O entretenimento proporcionado pela indústria cultural e pela televisão seria um problema, a partir das considerações deste teórico.

No entanto, esta não é a única posição que é encontrada dentro da Teoria Crítica, como também é conhecida a Escola de Frankfurt. Apesar de compartilhar da mesma vinculação com o pensamento marxista, outro autor desta escola teórica, Walter Benjamin, em um dos seus textos mais conhecidos, *A Obra de Arte na Era da Reprodutibilidade Técnica*, deixa aberta a possibilidade de reconhecer que o entretenimento não significa necessariamente distorção e, inclusive, pode propiciar o desenvolvimento da consciência crítica dos cidadãos.

Benjamin inicia a sua argumentação afirmando que a era da reprodutibilidade acarretou no fim da aura da obra de arte, por ter destituído dela a sua unicidade e autenticidade. Entretanto, esta alteração na condição da obra de arte faz com que ela deixe de repousar sobre o ritual e passe a se fundar sobre uma outra forma de práxis: a política (BENJAMIN, 1982, p. 218). Com esta modificação, Benjamin aponta para uma nova utilização que poderia ser dada aos meios de comunicação. No caso de sua argumentação, o cinema poderia ser uma ferramenta favorável a uma crítica revolucionária das relações sociais.

Enquanto o capitalismo continuar conduzindo o jogo, o único serviço que se deve esperar do cinema em favor da Revolução é o fato de permitir uma crítica revolucionária das antigas concepções da arte. Ao dizer isto, não negamos absolutamente que ele possa, em certos casos particulares, ir ainda mais longe e favorecer uma crítica revolucionária das relações sociais, inclusive do próprio estatuto da propriedade (BENJAMIN, 1982, p. 226).

Esta nova consideração dada a um meio de comunicação de massa elaborada por Benjamin representa um avanço em relação às idéias de Adorno que desprezavam qualquer tipo de contribuição em torno dos meios vinculados ao campo do entretenimento. Mais além, Benjamin vai dizer ainda que, no cinema, o público não separa a crítica da fruição (BENJAMIN, 1982, p. 231). Desta maneira, ele articula lado a lado duas possibilidades vistas até então como diametralmente opostas: a fruição estética, relacionada ao prazer causado pelo entretenimento, e o pensamento crítico.

Alguns anos depois, uma visão negativa do entretenimento e da televisão foi retomada por alguns autores, uns vinculados à Comunicação e Política e outros membros da sociologia. Nesta monografia, nos deteremos em torno de mais especificamente três destes autores, dois vinculados à Comunicação e Política (Putnam e Gomes, W.) e outro ligado ao campo da sociologia (Bourdieu).

Os dois autores da Comunicação e Política citados anteriormente vêem os meios de comunicação, em especial o campo do jornalismo, como lugares que deveriam desempenhar o papel de uma esfera pública nos termos do teórico Jürgen Habermas², possibilitando a formação da opinião pública. A noção de esfera pública está vinculada fortemente aos assuntos considerados sérios por estes autores, mais especificamente os temas relacionados à política e à economia, não cabendo espaço então para o entretenimento. Partindo deste pressuposto, o jornalismo, enquanto campo da informação, praticado dentro da TV sofreria uma modificação em sua natureza, causada pela adequação aos códigos do próprio meio televisivo.

A televisão é predominantemente uma forma da indústria do entretenimento, de modo que mesmo os elementos que, por sua natureza, não são imediatamente assimiláveis à ficção e à diversão – e este é certamente o caso da informação – precisam rapidamente aproximar-se de sua lógica (Gomes, W., 2004, p.64).

A partir das leituras feitas no livro *Comunicação e Democracia* dos professores Wilson Gomes e Rousiley Maia, podemos encontrar uma mesma visão contrária à televisão e ao telejornalismo nos estudos do professor norte-americano Robert Putnam. Em sua principal obra, *Bowling Alone*, Putnam responsabiliza a televisão pela diminuição

² A noção de esfera pública é apresentada por Habermas como um lócus de discussão onde as pessoas ou seus representantes iriam debater as suas posições a fim de chegarem a um consenso em torno de temas determinados. Isto levando em consideração três pretensões universais: a pretensão de verdade, a pretensão de correção e a pretensão de veracidade.

do engajamento cívico da população norte-americana, por manter as pessoas dentro de casa, privando-as do lazer na rua. A televisão impediria ainda, segundo Putnam, o acesso pleno à informação. “Aqueles que lêem notícias são mais engajados e têm mais conhecimento que aqueles que só vêem telejornais” (PUTNAM, 2000, apud GOMES, W, 2008). Repete-se aqui o mesmo raciocínio, segundo o qual, o entretenimento distrai as pessoas daqueles assuntos que são fundamentais, mais especificamente aqui, temas relacionados à política. Este ponto de vista desconsidera outras razões para o arrefecimento do engajamento cívico da população e, ainda, despreza outros tipos de ação social e ressignificações na noção de esfera pública na sociedade atual. Há uma concepção pós-moderna, culturalista ou neo-habermasiana de esfera pública, que permite a inclusão dos grupos sociais marginalizados e possibilita a tematização da cultura, da vida privada e do prazer (GOMES, I., 2008a, p. 3).

No campo da sociologia, mais uma visão contrária ao meio televisivo pode ser encontrada nos trabalhos do sociólogo Pierre Bourdieu. Em seu livro *Sobre a Televisão*, Bourdieu apresenta um ponto de vista fortemente negativo sobre este meio. Segundo ele, a televisão representa um sério perigo para as outras áreas da produção cultural (BOURDIEU, 1998, p. 13). O sociólogo francês diz também que a televisão tem um compromisso com posições machistas e posicionamentos racistas presentes na sociedade. Além disto, Bourdieu afirma que o que é dito na TV é determinado por uma censura política e outra econômica e que isto prejudica a atividade plena dos cidadãos na democracia.

A televisão tem, de fato, um monopólio sobre o que vai para as cabeças de parte significativa da população e o que eles pensam. Então muita ênfase sobre as linhas principais e muito do seu tempo precioso é preenchido por ar, com nada ou quase nada, passando ao largo das notícias relevantes, que é a informação que todos os cidadãos deveriam ter para exercer os seus direitos democráticos (tradução nossa) (BOURDIEU, 1998, p.18).

Os discursos de Bourdieu e de Putnam provocaram fortes reações nos teóricos que estudam a comunicação. Uma destas reações partiu do sociólogo Michael Schudson (apud GOMES, W., 2008, p. 258), que respondeu ao outro autor norte-americano dizendo que o declínio do engajamento dos cidadãos dos Estados Unidos teve início com pessoas que não cresceram vendo TV. Para Schudson, a televisão talvez tenha se tornado outra forma desse engajamento, já que nunca foi tão politizada quanto agora. Schudson (2005) manifesta-se ainda em relação a Bourdieu. Para ele, em *Sobre a Televisão*, Bourdieu faz

uma consideração sobre o jornalismo sem a apresentação de um estudo empírico, não merecendo tanto crédito. “Naturalmente, as situações reais podem variar, mas alguém deve estar inclinado a dar mais crédito a um estudo empírico sólido do que a generalizações bastante incipientes de *Sobre a Televisão*” (tradução nossa) (SCHUDSON, 2005, p. 216).³

Em seu livro já citado, *Comunicação e Democracia*, Gomes, W., também vai tecer ressalvas em relação ao posicionamento de Putnam de relacionar o entretenimento televisivo à diminuição do engajamento cívico diretamente como uma relação da causa e efeito. Gomes, W. se posiciona como um dos pesquisadores da política que não relacionam diretamente a televisão à diminuição da participação da população e, mais do que isto, reconhece que o meio ambiente fundamental da comunicação da política está centrado na televisão (GOMES, W., 2008, p. 266).

Outro a se contrapor aos argumentos expostos por Putnam foi o sociólogo Ronald Jacobs. Em seu artigo *On Television, and the Death of News*, Jacobs (2004) afirma que os telejornais, por adotarem mais formatos de entretenimento, aumentaram a audiência atrás de notícias sobre política. Esta argumentação de Jacobs demonstra que a televisão pode, com o entretenimento, em vez de diminuir o interesse das pessoas pelos assuntos políticos, agir na direção oposta, aumentando. E é a possibilidade de haver uma articulação entre os campos da informação e do entretenimento, no telejornalismo, sem deformações de ambas as partes que o tópico a seguir aborda.

1.2 INFOTAINMENT SOB UMA NOVA PERSPECTIVA

Conforme visto anteriormente, o termo entretenimento tem sido tratado de uma forma negativa por muitos autores da filosofia e das ciências sociais. No entanto, o conceito também tem recebido diversas significações positivas. No mesmo trabalho em que elenca os autores que vêem o entretenimento negativamente, Shusterman identifica

³ Of course, actual situations will vary, but one is inclined to give more credit to a solid empirical study than to the fairly crude generalizations of *On Television* (SCHUDSON, 2005, 216).

em outros como Aristóteles, Montaigne, Nietzsche e T.S. Eliot, uma tradição do uso da palavra que a vincula ao prazer, à ocupação agradável da atenção de alguém. T.S. Eliot, numa perspectiva completamente contrária à citada no tópico anterior, une o conhecimento ao prazer ao tecer considerações sobre o entendimento dos poemas. Algo que já havia sido apontado por Benjamin ao discorrer sobre o cinema, indicando a possibilidade da fruição estética estar ligada à consciência crítica dos indivíduos.

Após a apresentação desta nova perspectiva em que o prazer do entretenimento não precisa estar desassociado do conhecimento, apresentaremos aqui como dois autores têm observado o tema. O primeiro, Shusterman (2003), faz uma ressignificação do conceito a partir da estética e afirma que alguns significados ligados ao prazer, como êxtase, evocam o quanto profundos e potencialmente significantes os prazeres podem ser. Segundo ele, tais prazeres, mais que a verdade, ajudam a constituir nosso senso do sagrado e pode reforçar nossos valores mais profundos.

Os prazeres da percepção, estimulados pelas qualidades sensoriais da obra de arte, são parte do que faz com que a obra saia do fluxo ordinário da percepção como uma valorosa experiência estética do nome da arte, uma experiência que então absorve nossa atenção que também constitui uma distração do entretenimento oriundo da não excitante rotina da vida (tradução nossa) (SHUSTERMAN, 2003, p. 393-394)⁴.

Ainda para Shusterman, os prazeres do significado e expressão apontam para outro aspecto do prazer estético que costuma ser esquecido: a dimensão social. A sensação do prazer é partilhada entre as pessoas. A experiência estética ganha intensidade do sentimento de dividir alguma coisa significativa e valiosa junto e isto inclui sentimento dos prazeres partilhados.

O poder da arte para unir a sociedade através de seus prazeres encantadores da comunicação é o tema que ressoa de Schiller a Dewey, mas o poder unificador dos meios de entretenimento de massa é da mesma forma reconhecido, mas muito criticado pelos críticos da arte popular (tradução nossa) (Ibid., p. 394)⁵.

⁴ The pleasures of heightened perception, stirred by an artwork's appealing sensory qualities, are part of what makes it stand out from the ordinary flow of perception as a special aesthetic experience worthy of the name of art, an experience that absorbs our attention that it also constitutes an entertaining distraction from the humdrum routine of life (SHUSTERMAN, 2003, p. 393-394).

⁵ Art's power to unite society through its enchanting pleasures of communication is a theme that resounds from Schiller to Dewey, but the unifying power of mass-media entertainment is likewise recognized, though vilified, by the critics of popular art (SHUSTERMAN, 2003, p. 394).

Shusterman argumenta que nós não podemos trivializar os prazeres estéticos da arte e do entretenimento porque “eles contribuem em muitas significantes formas para a manutenção, o significado e o enriquecimento da vida” (SHUSTERMAN, 2003, p. 395).

Outra abordagem sobre o entretenimento pode ser encontrada no trabalho de Itania Gomes. I. Gomes adiciona o caráter industrial do termo ao dizer que ele se organiza como indústria e se traduz por um conjunto de estratégias para atrair a atenção de seus consumidores (GOMES, I., 2008a, p.4).

Itania Gomes fundamenta as suas considerações sobre o entretenimento a partir dos usos mais recorrentes do termo. Uma destas utilizações se refere a entretenimento como um valor das sociedades contemporâneas; outra se refere a uma indústria que se dedica à produção de uma mercadoria ao mesmo tempo econômica e simbólica; uma terceira, aos meios massivos de comunicação, aí se confundido com seus produtos; também a um conteúdo específico veiculado por esses meios; e, por fim, à linguagem audiovisual, em especial no que se refere à sua alta visualidade, e àquela resultante da convergência tecnológica.

Para I. Gomes (2008), os dois primeiros usos são os mais amplos e os que mais claramente acolhem a complexidade do fenômeno. A primazia do prazer e dos sentidos evidencia que o entretenimento se constrói no reconhecimento de valores que as Ciências Sociais e Humanas têm identificado como sendo os valores característicos da cultura contemporânea. Como modo de organização, a indústria evidencia que o entretenimento visa o lucro e a ampliação de seus consumidores, o que permite maior atenção às suas estratégias de produção, circulação e consumo (GOMES, I., 2008a, p. 4).

I. Gomes prossegue em suas argumentações e adota a perspectiva dos Estudos Culturais em relação ao prazer, em que ele é considerado indissociável da vida cotidiana e não se opõe à vida política. O consumo cultural relacionado ao contexto mais amplo das relações sociais sempre marcaram a investigação empreendida pelos Estudos Culturais sobre as relações entre poder, cultura e sociedade. Desta forma, esta corrente teórica articula a crítica ao conceito de hegemonia e sobre a utilização dos meios de comunicação para a construção da hegemonia dominante. Articulação esta muito importante nos anos 70 para o argumento de que alguns produtos culturais populares podem ter efeitos

políticos positivos, independentemente de adotarem explicitamente um discurso educacional ou crítico (ibidem: p. 4-5).

É sob esta perspectiva em relação ao entretenimento que esta monografia vai fundamentar a sua argumentação em torno da articulação deste campo com o campo da informação, originando o neologismo *infotainment* ou infotenimento como o termo tem sido traduzido no Brasil. De acordo com I. Gomes (2008), este neologismo impõe a reavaliação da relação entre o jornalismo e seus públicos e faz com que seja considerada a hipótese de que esta relação acontece, duplamente, via cognição e percepção, via conhecimento e fruição (ibidem: p.12). Desta maneira, mais uma vez, a consideração feita por Benjamin sobre o cinema se torna válida para esta consideração sobre o jornalismo.

Se os estudos sobre media e recepção têm, com algum grau de sucesso, reconhecido a importância da dimensão do prazer, da vida privada, da vida cotidiana para a produção de sentido na cultura, os estudos de recepção sobre jornalismo ainda são raros e eles se restringem, na maioria das vezes, à interpretação das mensagens (GOMES, I., 2008a, p.12).

Reconhecer a dimensão do prazer e da fruição não significa abrir mão dos valores, premissas e procedimentos inerentes ao jornalismo. O reconhecimento das dimensões do prazer e da fruição, no entanto, se confronta com a concepção de que o jornalismo, após o século XVIII, tornou-se espaço da racionalidade. Ao fortalecer-se como instituição social, o jornalismo tornou-se responsável por ser o porta-voz dos assuntos sérios, daquilo que seria realmente importante para a sociedade: política e economia (SILVA, 2009, p. 3-4). O jornalismo tradicionalmente se vê tendo um papel central crescente na democracia revelando o detalhe do debate no processo político e investigando os interesses de várias posições no debate posto (STOCKWELL, 2004, p. 3-4). Outras formas de jornalismo que se desenvolveram no mesmo período – o sensacionalismo, por exemplo – eram consideradas práticas depreciadas, inferiores, populares (SILVA, 2009, p. 4). No entanto, a concepção de jornalismo defendida neste tipo de pensamento, principalmente aquela que defende o predomínio das chamadas *hard news*, é uma forma muito restrita e representa apenas uma pequena parcela do que, na prática, constitui o sentido empírico do jornalismo contemporâneo (DAHLGREN, 1992, p. 7).

Nas hibridações de estratégias de distintos campos do gênero televisivo, como no caso de programas marcados pela articulação entre informação e entretenimento, não há uma separação das características do campo jornalístico. O *infotainment* se localiza entre

duas das principais funções da televisão, as citadas anteriormente, e é importante considerar que este gênero intermediário pode espalhar seus tentáculos em ambas as direções (STOCKWELL, 2004, p. 7). Stockwell afirma que, enquanto o noticiário tradicional está em declínio, o *infotainment* está crescendo. Apesar de aqui colocarmos a citação de Stockwell, é necessário fazer a ressalva de que, para alguns autores, como Itania Gomes (2009), o infotainment não configura um gênero.

Stockwell apresenta uma série de programas que seriam exemplos de formatos inseridos sob o *infotainment*. Entre eles, um seria o reality TV, que oferece “pedaços de vida” que contrastam com as representações abstratas das notícias e produtos manufaturados. O outro seria o noticiário tablóide, em que o formato dos noticiários é semelhante aos tradicionais, mas não estão centrados na cobertura da esfera pública política e, por fim, os *talk shows*, em que a importância para a esfera pública consiste na possibilidade dada aos políticos para explorarem temas políticos e apresentar sua personalidade para uma análise próxima (STOCKWELL, 2004, p. 14-15).

Esta variedade de programas que são classificados sob este termo é a razão apresentada por Itania Gomes para afirmar que o *infotainment* não caracteriza um gênero televisivo. A variedade de programas, em que são encontrados ainda o *documentary* e os *sit-coms*, não permite o reconhecimento de regularidades e especificidades de suas formas, nem o reconhecimento de um modo distinto de configurar sua relação comunicativa, ou seja, dois aspectos fundamentais para a configuração de um gênero televisivo (GOMES, I., 2009, p. 10).

Ao falar sobre cultura popular, o professor sueco Peter Dahlgren (1992) identifica a mesma tendência ao identificar que o termo imprensa séria está em declínio acentuado no mundo contemporâneo. O que para ele é salutar, para outros é um problema. Há um ponto de vista recorrente que acredita que o crescimento do *infotainment* está destruindo a função informativa da televisão, tornando o meio inteiro mero entretenimento e silenciando o discurso público. As alegações de silenciamento não são novas no telejornalismo – Putnam é um exemplo disto – que sempre operou em clima de suspeição por parte de alguns que afirmam que este campo não possui a proposta séria que existiria no meio impresso.

Para I. Gomes (2009), o embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento, que parece caracterizar a cultura midiática contemporânea, é, porém, mais debatido e criticado do que propriamente investigado. Em seu trabalho *O Infotainment na Televisão*, I. Gomes (2009) relaciona o infotainment ao campo televisivo. Segundo ela, o termo se explica pelas mudanças ocorridas no sistema global de comunicação, devido a dois fatores articulados: a consolidação do neoliberalismo como opção política hegemônica no final do século XX e a ampliação das possibilidades tecnológicas de produção, distribuição e consumo da cultura midiática. Esses dois fatores, conjugados, formam o cenário que ela denomina como globalização da cultura midiática.

Ao lado da concentração da produção e distribuição, a expansão do sistema global de comunicação está associada a outros fenômenos, tais como acirramento da concorrência, ampliação dos investimentos em tecnologia, maior expectativa de lucros e fragmentação da audiência (GOMES, I. 2009, p.5).

Ao falar sobre televisão, I. Gomes (2009) afirma que o contexto atual deste meio parece consolidar quatro tendências básicas: a desregulamentação estatal; a ampliação da concorrência, a convergência de tecnologias e a globalização. Este contexto tem implicações sobre a produção, a distribuição e o consumo televisivos. As emissoras, hoje, cada vez mais comercializam formatos, que possibilitam plena adaptação às culturas nacionais ou regionais compradoras. O licenciamento de formatos é uma das atividades mais lucrativas da indústria midiática (GOMES, I., 2009, p. 5).

O *infotainment* seria, então, o resultado desse cenário global. Nos anos 80 e 90 do século XX, a consolidação de grandes conglomerados da mídia, que se ocupam ao mesmo tempo da produção de entretenimento e de informação, a cada vez mais alta exigência de audiência e de lucro na indústria da cultura e a transmissão televisiva da primeira guerra do Golfo, evidenciaram o estreitamento entre informação e entretenimento (GOMES, I. 2009, p.6).

Após o enquadramento do *infotainment* em suas condições de existência contextuais, I. Gomes (2009) faz uma série de ressalvas em torno do termo. A primeira delas é que *infotainment* não é um conceito. Ele é um termo que se constrói na justaposição de duas expressões que definem duas áreas até então distintas da produção cultural: a informação e o entretenimento. A segunda ressalva é que, apesar da maior parte da discussão sobre o infotainment ser feita em torno das estratégias de entretenimento de captura da audiência usadas pelos programas jornalísticos, o termo não significa necessariamente a relação entre jornalismo e entretenimento, podendo ser utilizado para se referir à informação de uma forma mais ampla. Nesta monografia, estamos preocupados

exatamente em saber como os programas jornalísticos, mais especificamente o programa *Profissão Repórter* da Rede Globo, utiliza as estratégias discursivas e audiovisuais caracterizadoras do campo do entretenimento na construção da informação jornalística veiculada no programa.

Um problema na caracterização do *infotainment* é que ele tem sido também relacionado aos conceitos de trivialização, tabloidização e popularização que algumas vezes são usados como seu sinônimo. Estas conotações atribuídas ao primeiro termo possuem uma significação negativa, tendo como origem a denúncia da popularização da cultura midiática. Esta conotação negativa tem por base o caráter comercial da indústria midiática global. Quando usado nesse sentido, *infotainment* se refere a programas jornalísticos que “apelam” ao popular, enfatizando a criminalidade, a tragédia, a transgressão, o grotesco, a sexualidade, a cobertura da vida de celebridades ou a transformação da gente comum em celebridade (GOMES, I., 2009, p. 8).

1.2.1 Infotainment e Cultura Popular

A discussão em torno da utilização do infotainment como jornalismo popular precisa ser ressaltada. Antes de fazer as devidas comparações entre os dois termos, iremos apresentar a discussão que tem sido feita em torno do jornalismo popular, suas definições, limites e vinculações teóricas. I. Gomes, em seu texto *O Que é Popular no Jornalismo Popular?* (2008), identifica um certo silenciamento, no âmbito dos estudos de jornalismo, sobre o que é o *popular* quando se fala de jornalismo popular.

A discussão parece tomar o qualificativo popular como um pressuposto e ignorar a trajetória conceitual que a questão do popular tem nas Ciências Humanas e Sociais, seja pelo viés da teoria e da análise cultural, seja pelo viés da análise das relações de poder, e nos impõe a velha alternativa - visão romântica ou visão crítica, esta quase sempre intervencionista ou populista de esquerda (GOMES, I., 2008b, p. 1).

O popular, etimologicamente, tem uma relação com o conceito de povo. No entanto, este povo não engloba a todos. As tradições acadêmicas tradicionais constroem o conceito de popular vinculando-o a uma relação de alteridade. Aos outros, cabe identificar como povo. E mesmo esta noção que coloca no outro esta peculiaridade vem sendo

significada de formas diferentes, positivamente ou negativamente, de um ponto de vista político e estético. Numa concepção política, povo foi visto por uma óptica de esquerda pelas elites durante a Revolução Francesa como aquele que estava ao lado da burguesia na transformação social. Depois, na Revolução Industrial, povo assumiu uma perspectiva de direita e foi identificado como oposto à classe, por ter esta vinculação com a burguesia decorrente do período anterior, e impediria as transformações sociais que só poderiam acontecer através das classes organizadas e conscientes. De um ponto de vista estético, há a visão de que o que agrada aos receptores populares, quase sempre, seria aquilo que é de mau gosto (MARTÍN-BARBERO, 1991, p. 52).

Esta perspectiva de alteridade não é estranha aos estudos de jornalismo, que, quando se dedicam ao jornalismo popular, fazem-no na perspectiva de distinção: há o jornalismo sério, bom, verdadeiro, e há os outros (GOMES, I., 2008b, p. 5). Estes outros, seguindo este raciocínio de diferenciação entre dois tipos de jornalismo, seriam resultado da industrialização da informação jornalística.

Sensacionalismo, dramatização, tabloidização, trivialização e *infotainment* são atribuídos ao caráter comercial do jornalismo e traduzem, ao mesmo tempo, uma preocupação com o embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento, realidade e ficção, um desencantamento – a época de ouro do verdadeiro jornalismo teria acabado – e um reconhecimento da inevitabilidade do fenômeno – a popularização seria uma tendência da mídia contemporânea e não deixaria de fora a produção da notícia (GOMES, I., 2008b, p. 2).

A partir de outra perspectiva, os estudos culturais reconhecem o movimento dialético entre resistência e cooptação como princípio estruturador do popular. Eles adotam o ponto de vista que a cultura popular é um dos fenômenos que passa extensamente pelos meios de comunicação de massa (DAHLGREN, 1992, p. 5) ou, em outras palavras, referem-se à cultura contemporânea caracterizada pela presença das tecnologias da comunicação e da informação, num movimento teórico e político que reconhece a articulação das práticas populares na cultura (GOMES, I., 2008b, p. 2). Segundo Martín-Barbero (1987), os *cultural studies* evidenciam que os processos de constituição do massivo se constroem na relação com as transformações nas culturas populares. O processo histórico de consolidação do modelo hegemônico de jornalismo que conhecemos hoje acompanha o próprio processo de constituição de uma cultura popular massiva (GOMES, I., 2008b, p. 2).

Dentro dos estudos culturais, a cultura popular oscila entre duas posições finais que são complementares, mas, às vezes, parecem competitivas: de um lado, uma

ênfase antropológica na partilha de significados e comunidade, por outro lado, uma crítica da ideologia e da dominação (tradução nossa) (DAHLGREN, 1992, p.7)⁶.

A partir da tradição introduzida por Raymond Williams sobre cultura ser um modo de vida, se referir às práticas cotidianas, I. Gomes (2008b) busca a concepção dos Estudos Culturais para abordar cultura popular e argumenta que eles oferecem o ponto de vista mais produtivo para a relação entre ela e o jornalismo. Nesta perspectiva, o popular não assume uma concepção em que a cultura do povo é uma experiência social autêntica, genuína, tradicional. Já que povo é compreendido, dentro deste campo teórico, como um conceito que abrange uma variedade de grupos sociais, constantemente em mudança, no que diz respeito à sua relação com o bloco dominante de poder e que deve ser visto como uma aliança de formações permanentemente em deslocamento e relativamente transitórias, a cultura popular é também efêmera, multifacetada, de modo a corresponder à fluidez ou flexibilidade das próprias formações sociais populares.

Nesta relação, como dito anteriormente, o jornalismo é visto como elemento participante de uma esfera pública ampliada, que inclui o cotidiano das pessoas. E uma característica a ser salientada nesta perspectiva de jornalismo é a narrativa. A narrativa é um elemento importante na construção jornalística e adquire centralidade quando se trata de descrever o jornalismo popular (GOMES, I., 2008b, p. 3). E esta narrativização tem sido bem aceita fora do jornalismo voltado à política e à economia.

Ou seja, fora dos campos político e econômico, o jornalismo teria por função possibilitar a partilha de uma experiência estética que pudesse ajudar as pessoas a interpretar suas próprias vidas. De fato, a narrativa é um dos modos através dos quais conhecemos e nos relacionamos com o mundo e é vista por muitos autores como o principal elo de ligação entre o jornalismo e a cultura popular (GOMES, I. 2008, p.4).

Relacionando, então, cultura popular à *infotainment*, podemos observar que ambos partilham algumas razões de suas existências. Os dois são interpretados como consequência do processo de comercialização: o acirramento da concorrência e a busca por melhores índices de audiência levariam a estratégias para atrair a audiência (GOMES, I., 2009, p. 9). Ainda há razões políticas para esta aproximação entre os dois termos. Tanto *infotainment* quanto *popular* aparecem na literatura com um sentido de distração e

⁶ Within cultural studies, popular culture is poised between two views ultimately are complementary, but at times appear competitive: on the one hand, an anthropological emphasis on shared meanings and community, on the other hand, a critique of ideology and domination (DAHLGREN, 1992, p. 7).

significam, negativamente, aquilo que desvia a nossa atenção da agenda que realmente importa (ibidem: p. 9). Esteticamente, homogeneização e degradação do gosto popular são compreendidas como resultado das condições e interesses tecnológicos, políticos e econômicos da cultura de massa (ibidem: p. 9).

No entanto, estas duas instâncias não podem ser vistas como a mesma coisa, pois convocam cenários midiáticos bastante distintos. Para I. Gomes (2009), popular, pela sua vinculação ao tamanho da audiência e à sua composição, com as conseqüências políticas e estéticas citadas anteriormente, é mais pertinente ao ambiente do que era chamado como cultura popular massiva. Já *infotainment*, por sua associação entre as tecnologias da informação e da comunicação, convoca um sistema midiático global chamado por alguns pesquisadores como pós-massivo. “*Infotainment* é um fenômeno de algum modo distinto do jornalismo popular, ao menos no sentido de que põe outras questões em relevo, como a cisão entre cognição/percepção, conhecimento/sensibilidade” (GOMES, I., 2009, p.9).

Por fim, apresentadas as devidas ressalvas, em que podemos ver que o infotainment não pode ser considerado um gênero, tampouco que ele substitui o conceito de jornalismo popular e ainda que não se trata de um novo conceito, pois refere-se a um neologismo formado pela justaposição de outros dois conceitos anteriores, Gomes vai concluir que o *infotainment* é uma estratégia midiática.

Enquanto estratégia, o infotainment apresenta uma dupla inflexão: serve, ao mesmo tempo, para dizer da presença preponderante de âmbitos específicos da vida como conteúdos da cultura contemporânea (conteúdos de entretenimento) e para dizer de formas específicas de produção e consumo que quaisquer conteúdos recebem quando participam do circuito comunicativo da cultura midiática (GOMES, I., 2009, p.11).

Como estratégia, o *infotainment* pode produzir novos gêneros na cultura televisiva, mas não configura, em si, um novo gênero (GOMES, I., 2009, p. 11). É preciso ter em mente que esta estratégia parece ser o resultado de uma complexa articulação entre políticas macroeconômicas, possibilidades tecnológicas, estratégias empresariais, expectativas históricas e culturais sobre os sistemas televisivos e seus produtos, ideologias, práticas e expectativas profissionais do campo midiático, pressupostos e conhecimentos sobre a audiência. *Infotainment* é uma hibridação, uma estratégia de produção midiática que não é, em si só, nem boa e nem má (GOMES, I., 2009, p. 11).

Pensar o *infotainment* nos termos propostos por I. Gomes, faz com que relembremos do conceito de determinação elaborado por Raymond Williams em seu livro *Marxismo e Literatura*. Williams descarta a noção determinista, a teoria do reflexo das estruturas econômicas nas instâncias sociais, mas afirma com o conceito citado, que não devemos esquecer os limites e pressões existentes na relação da economia com outras formações sociais, como a cultura. Uma ressalva na mesma direção, mas preocupada com a questão da recepção, vai ser feita pelo teórico da vertente latino-americana dos Estudos Culturais Jesús Martín-Barbero. Em uma exposição oral do autor, no seminário “Sujeito, o lado oculto do receptor”, posteriormente publicada no livro homônimo organizado por Mauro Wilton de Souza, Martín-Barbero faz uma série de ressalvas em torno dos estudos de recepção e uma destas ressalvas é que não podemos dimensionar em demasia a posição ocupada pelo consumidor no processo cultural, esquecendo da existência de limites sociais nesta relação.

Digo isso porque introduzi o estudo da recepção com esta frase: temos que estudar não o que fazem os meios com as pessoas, mas o que fazem as pessoas com elas mesmas, o que elas fazem com os meios, sua leitura. Atenção, porque isso pode nos levar ao idealismo de crer que o leitor faz o que lhe der vontade; mas há limites sociais muito fortes ao poder do consumidor (MARTÍN-BARBERO, 1991, p. 55).

Feitas estas ressalvas, acreditamos que pensar o *infotainment* como uma estratégia midiática que se relaciona com aquelas determinações de cunho econômico é a melhor maneira de observar a articulação destes dois campos – informação e entretenimento – na análise do programa *Profissão Repórter* da Rede Globo, em que definimos o modo de endereçamento do programa. Saber quais os recursos que configuram esta estratégia no produto citado, compondo uma das ferramentas que se articulam no modo de endereçamento deste programa é um dos objetivos do presente trabalho.

2. METODOLOGIA DE ANÁLISE

Neste capítulo, vamos abordar a proposta teórico-metodológica e os conceitos que articulados nos permitirão fazer a análise formulada no capítulo seguinte. O primeiro conceito abordado é o de trajetória, formulado pelo sociólogo Pierre Bourdieu para se referir às trajetórias dos agentes dentro dos campos sociais. É um conceito proposto por Bourdieu para a análise do campo literário, mas cujas idéias auxiliam a pensar a atuação dos agentes no campo jornalístico. Abordaremos ainda a proposta de Modo de Endereçamento formulada por Itania Gomes, que vem sendo utilizada pelo Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo para a análise de diversos programas jornalísticos ou que utilizem o jornalismo em suas estratégias de comunicação.

O Modo de Endereçamento se dá a partir de operadores de análise que servem para identificar o modo como os programas telejornalísticos se endereçam às suas audiências. Aliada a esta primeira proposta teórico-metodológica, utilizaremos a formulação apresentada pelo professor Mats Ekström em pensar três modos de comunicação do telejornalismo. São eles o de informações, o *storytelling* e o de atrações. Acreditamos que estes três modos, que serão mais bem explicados adiante, complementam a noção de modo de endereçamento.

2.1 MODO DE ENDEREÇAMENTO

Neste tópico abordaremos o conceito de modo de endereçamento e seus operadores de análise, tal qual eles foram formulados por Itania Gomes (2007)⁷. Aqui faremos apenas uma breve consideração sobre as principais idéias para relacionar metodologia com os conceitos apresentados nos próximos tópicos: telejornalismo em três modos de comunicação e trajetória.

⁷ Para maiores informações sobre esta proposta teórico-metodológica ler GOMES, I. (2007).

Itania Gomes (2007) introduz as suas considerações sobre o modo de endereçamento fazendo a apresentação de duas premissas básicas para pensar o telejornalismo: trata-se de uma instituição social e uma forma cultural. A televisão é uma tecnologia e uma forma cultural e o jornalismo é uma instituição social, cujas regras e valores relacionam-se com os contextos onde estão inseridos. No caso do telejornalismo, “é preciso compreender as notícias como uma forma cultural específica de lidar com a informação e o programa jornalístico televisivo como uma forma cultural específica de lidar com a notícia na TV” (GOMES, I., 2007, p. 10).

Após apresentar estas premissas, I. Gomes (2007) apresenta a sua proposta metodológica em torno do modo de endereçamento. Este conceito surgiu na análise fílmica e tem sido adaptado para a interpretação do modo como os programas televisivos constroem sua relação com os telespectadores. “A análise do modo de endereçamento associada ao conceito de gênero televisivo deve nos possibilitar entender quais são os formatos e as práticas de recepção solicitadas e historicamente construídas pelos programas jornalísticos televisivos” (GOMES, I, 2007, p. 20). O modo de endereçamento deve permitir pensar como um programa específico constrói um estilo que lhe permite se diferenciar dos demais. E, para alcançar este estilo dos programas, este modo de fazer e de ler, Itania Gomes (idem) apresenta operadores de análise a fim de que o objetivo de identificar o modo de endereçamento seja alcançado.

A análise de programas jornalísticos televisivos, como parece óbvio, deve considerar os elementos que configuram os dispositivos propriamente semióticos da TV, os recursos da linguagem televisiva – os recursos de filmagem, edição e montagem de imagem e de som empregados pelos programas jornalísticos – e os recursos propriamente verbais (GOMES, I., 2007, p.23).

Tendo em mente esta articulação entre recursos semióticos e elementos narrativos, I. Gomes (2007) apresenta quatro operadores de análise: o mediador, o contexto comunicativo, o pacto sobre o papel do jornalismo e a organização temática. Estes quatro operadores devem servir como ferramentas para onde o analista deve olhar ao analisar um programa telejornalístico. Apesar de estarem dispostos separadamente, os quatro operadores não são excludentes e não se organizam a partir de regras externas aos programas telejornalísticos objetos de análise, devem ser vistos e interpretados em conjunto para que seja obtido o modo de endereçamento de um programa específico.

O mediador é representado pelos apresentadores, comentaristas, correspondentes, repórteres e editores. Em qualquer formato de programa de jornalismo na televisão, eles ocupam uma posição central. Os mediadores, segundo Itania Gomes (2007), são “a cara” do programa, aqueles que constroem a ligação entre os telespectadores, os outros jornalistas que fazem o programa e as fontes. É importante na análise do mediador observar como os apresentadores, repórteres, entre outros, olham para a câmera, ou seja, se direcionam para o telespectador. Ainda é fundamental dizer sobre o mediador que a sua trajetória e a familiaridade que constrói com o telespectador é carregado para um programa específico. Por fim, deve-se ter em mente que os mediadores servem para observar as estratégias narrativas empregadas pelos jornalistas no interior dos programas.

O mediador é o responsável pela predominância do verbal na televisão e, nesse sentido, temos adotado como ferramenta para observação do texto verbal dos mediadores as estratégias narrativas e argumentativas desenvolvidas, considerando os recursos retóricos e persuasivos empregados (GOMES, I, 2007, p.25).

O contexto comunicativo se refere ao contexto em que o programa televisivo atua. Refere-se às posições onde são colocados os mediadores do programa e os telespectadores. Ele permite observar a posição em que é colocado o telespectador na enunciação do texto televisivo e o lugar dos mediadores nesta mesma enunciação. É, como os outros operadores, um elemento que se analisa a partir do texto, não sendo, portanto, sinônimo ao contexto cultural. “Os modos como os emissores se apresentam, como representam seus receptores e como situam uns e outros em uma situação comunicativa concreta” (GOMES, I., 2007, p. 25). Estes lugares podem ser construídos através de modos de comunicar explícitos – por exemplo, quando um jornalista fala para a sua audiência: “você vê agora no Jornal Nacional” – quanto de forma implícita com a escolha de cenários, enquadramento de câmera e da postura do apresentador.

O pacto sobre o papel do jornalismo serve para que o analista veja como o programa atualiza as premissas, os valores do jornalismo em sua configuração. “É esse pacto que dirá ao telespectador o que deve esperar ver no programa” (GOMES, I., 2007).

Os recursos técnicos a serviço do jornalismo, ou seja, o modo como as emissoras lidam com as tecnologias de imagem e som colocadas a serviço do jornalismo, o modo como exibem para o telespectador o trabalho necessário para fazer a notícia são fortes componentes da credibilidade do programa e também da emissora e importante dispositivo de atribuição de autenticidade (GOMES, I., 2007, p. 26).

A relação com as fontes de informação também deve ser observada através deste operador, porque dá indicações das escolhas jornalísticas feitas pelo programa. Itania

Gomes (2007) afirma, ao propor este operador de análise, que o modo como exibe para o telespectador o trabalho necessário para fazer a notícia é forte componente da credibilidade do programa, e também da emissora, e importante dispositivo de atribuição de autenticidade (GOMES, I., 2007, p. 26). Consideramos que esta perspectiva sobre o pacto sobre o papel do jornalismo é uma pista importante para o discurso incorporado pelo *Profissão Repórter* na construção do seu endereçamento.

E, por fim, o último operador de análise a ser observado na proposta do modo de endereçamento é a organização temática. Este operador se refere a como o programa organiza internamente as notícias, quais assuntos ganham uma maior importância na edição de um telejornal por exemplo. Em outros programas, este operador serve para pensar quais temas são mais e menos abordados, ou ainda, se um determinado programa se enquadra em uma tipologia específica, tal qual programa de jornalismo esportivo por exemplo.

A partir desta consideração sobre o modo de endereçamento, apresentamos os próximos dois tópicos em que tratamos a observação feita pelo professor Mats Ekström sobre a existência de três modos do telejornalismo comunicar e o conceito formulado pelo sociólogo Pierre Bourdieu que trata da trajetória dos agentes no interior de um determinado campo social. Acreditamos que estas duas noções possibilitam uma melhor observação de aspectos da proposta do modo de endereçamento exposta acima.

2.2 TELEJORNALISMO EM TRÊS MODOS DE COMUNICAÇÃO

O professor Mats Ekström (2000), em seu texto *Information, Storytelling and attractions: TV journalism in three modes of communication*, propõe o enquadramento das estratégias utilizadas pelos programas jornalísticos televisivos em três modos distintos destes programas se comunicarem com as audiências. Ele inicia o seu texto definindo o jornalismo como um meio de comunicação no mercado: um mercado de notícias, imagens e histórias. Ekström afirma que este mercado passou por uma grande modificação na década passada, pois os telespectadores passaram a dispensar um tempo maior para assistir

a televisão e houve uma multiplicação do volume da programação disponível. Há, segundo ele, diversos tipos de jornalismo na TV: *talk shows*, programas jornalísticos e telejornais.

Por conta desta multiplicação de programação e maior tempo gasto em frente à TV, Ekström (2000) afirma que jornalistas e produtores utilizam diversas estratégias para envolver o público. Dizem algo que o público quer ouvir. No entanto, o telejornalismo, inserido neste contexto mercadológico, não impossibilita a existência do jornalismo. Esta perspectiva do autor, como já vimos nos capítulos anteriores, é compartilhada com outros teóricos. Ekström então, para entender as estratégias comunicacionais que são empregadas para envolver a audiência, propõe três modos de comunicação do telejornalismo, a partir de três metáforas: o quadro de boletins (informação), a história na hora de dormir (*storytelling*) e a performance de circo (atrações). Manteremos, nesta monografia, o segundo conceito como foi concebido pelo autor pela falta de uma palavra, na língua portuguesa, que represente melhor a intenção do mesmo em propor este modo de comunicação do telejornalismo⁸.

Os conceitos apresentados por Ekström pontuam significantes diferenças relacionadas a três aspectos dos eventos e dos processos comunicativos: (1) as intenções dos produtores, as formas de produção e as estratégias comunicativas que são usadas para cumprir estas intenções; (2) a base para o envolvimento da audiência, as dimensões para o interesse, prazer da audiência e gratificação; (3) os papéis que são oferecidos aos atores no evento/processo comunicativo e as relações que são estabelecidas entre estes papéis.

Partindo destes três eventos e processos comunicativos, Ekström vai dizer que no modo de comunicação de informação, a intenção da produção é oferecer informação que pareça ser suficientemente relevante, suficientemente interessante e suficientemente necessária para apreender a possível audiência. No modo de comunicação *storytelling*, os produtores almejam contar uma história que seja excitante ou suficientemente dramática para apreender os possíveis telespectadores. Já no modo de comunicação de atrações, a produção quer oferecer atrações que sejam espetaculares, chocantes ou extraordinárias para fascinar aqueles que estejam assistindo a um dado programa.

⁸ Uma palavra que poderia ser utilizada para este modo de comunicação é narrativa. No entanto, ao falar de um modo de comunicação como *storytelling*, estamos reforçando a intenção do autor em abordar uma série de estratégias que configuram um modo de comunicação determinado. Enquanto narrativa é entendida como uma destas estratégias utilizadas pelo telejornalismo.

Os objetivos e a organização da produção, as estratégias comunicativas aplicadas, a escolha dos modos de apresentação e expressão estética são, particularmente, uma expressão das intenções básicas explicitadas no parágrafo anterior. O processo de produção envolve uma série de julgamentos envolvendo relevância, escolhas de rotina e prioridades, que podem se relacionar com as formas elementares de informação, *storytelling* e atrações.

Após as intenções dos produtores, Ekstöm se detém em um segundo aspecto: as razões para o envolvimento da audiência com os programas. Ele afirma que estas razões possuem aspectos cognitivos e emocionais. Entre os vários fatores que afetam a inclinação de uma pessoa, o autor identifica o design e a promoção do programa, as expectativas do telespectador em relação a ele, os preconceitos dos telespectadores de diferentes gêneros, os hábitos dos meios de comunicação em geral e as identidades cultural e social.

Enquadrando estes fatores e razões que levam a audiência a assistir a um dado programa, Ekström diz que no modo de comunicação da informação, o telespectador é caracterizado como um sujeito sedento por conhecimento, tem uma necessidade de saber, de manter-se informado. No modo de comunicação do *storytelling*, a audiência é formada por pessoas desejosas de aventura, que possuem o prazer de ouvir uma história, propensas à empatia, ao suspense e ao drama. Por fim, no modo de comunicação da atração, o espectador gosta de aparências, possui uma fascinação por fatos que promovam uma impressão forte, querem ver alguma coisa fora do ordinário, alguma coisa espetacular, suprimida e/ou proibida.

Além da intenção dos produtores e da disposição das audiências, Ekström afirma que os telejornais podem ser analisados através dos papéis oferecidos aos participantes de um evento comunicativo. Formam esta categoria de participantes os repórteres, as audiências e as terceiras partes, no caso, as fontes entrevistadas e citadas e os participantes dos programas. Vemos neste destaque feito pelo professor uma aproximação com o operadores de análise pacto sobre o papel do jornalismo, na medida em que o relacionamento com as fontes é mais um elemento que serve para pensar a relação do programa jornalístico televisivo com os valores caracterizadores do jornalismo, e contexto comunicativo, ao indicar as posições onde são colocados os participantes do evento comunicativo.

Neste aspecto das posições dos participantes do evento comunicativo, os três modos de comunicação do telejornalismo também se diferenciam. No entanto, o autor faz a ressalva que isto não quer dizer que os papéis possam ser deduzidos somente pelos diferentes modos de comunicação, como se fosse uma determinação pré-textual. No modo de comunicação de informação, o jornalismo adquire a posição de informante, a audiência busca o conhecimento, caracterizada como o cidadão e as terceiras partes são as fontes. No *storytelling*, o jornalismo se torna um espaço onde são contadas histórias, a audiência é caracterizada como ouvinte destas histórias e as terceiras partes são os personagens. No telejornalismo de atrações, o jornalismo é aquele que produz ou exhibe, a audiência vira espectador e as terceiras partes são formadas por aqueles que se exibem ou fazem a performance. Ekström afirma que esta proposta serve para identificar estruturas e tendências do telejornalismo contemporâneo.

Os modos de comunicação de telejornalismo supracitados estão presentes em qualquer programa, mas em proporções diferentes. Segundo Ekström, freqüentemente um destes modos vai ser predominante em um determinado programa. Vamos, nos parágrafos a seguir, explicar melhor cada modo de comunicação.

O telejornalismo de informação se caracteriza pela intenção de apresentar o conhecimento sobre assuntos significantes, relevantes e de interesse. Ekström afirma que todas as estratégias usadas, sejam elas textuais ou audiovisuais, são usadas para convencer a audiência que o que os programas oferecem são informações interessantes e importantes. O jornalismo noticioso depende de sua reputação e de seu status assim como as fontes de informação precisam ser fontes importantes. A intenção para informar aparece também no processo de produção dos telejornais que se enquadram neste modo de comunicação. Há uma preferência pela entrevistas com notáveis. O texto deve convencer o espectador que o que é dito no programa é bem fundamentado.

O telejornalismo de *storytelling* é um modo de comunicação fortemente orientado para contar histórias, inventando um clímax e utilizando o potencial dramático da mídia. Este tipo de jornalismo endereça o seu telespectador como um ouvinte de histórias e aplica as estratégias comunicacionais de narração. De acordo com Ekström, o *storytelling* é um modo de comunicação que representa um dos mais importantes pontos comercializáveis das produções televisivas. A força das narrativas audiovisuais é mensurada a partir da

construção do clímax, da dramaturgia. O som e os efeitos visuais juntos podem formar um ambiente em que é difícil para o telespectador deixar de prestar atenção e não se envolver pela atmosfera do suspense.

Ekström argumenta que uma história tem, no mínimo, cinco características que podem ser encontradas na construção da narrativa no interior do texto jornalístico: (1) os elementos ocorrem numa dada ordem; (2) contém papéis ou personagens mais ou menos definidos; (3) tem um ou mais pontos que dão pistas claras de como a história deve ser interpretada; (4) tem uma resolução ou fechamento que, normalmente, mostra ou sugere uma solução para os problemas ou conflitos suscitados pela história; (5) as histórias tomam lugar simultaneamente em múltiplos níveis. Uma história concreta em um texto pode ser formulada dentro de uma narrativa mais geral ou mito sobre a sociedade e a cultura.

A produção, no telejornalismo de *storytelling*, tem a incumbência de transformar eventos reais em boas histórias, diferentemente do telejornalismo de informação. As histórias são estruturadas pensando nisto. Por exemplo, no jornalismo investigativo, as entrevistas feitas com as pessoas que ocupam o papel de heróis são diferentes das que são feitas com as pessoas que possuem a função de vilões. “Reconstruções dramáticas dos eventos representam uma estratégia comunicativa que constitui a forma elementar do jornalismo como *storytelling*” (tradução nossa) (EKSTRÖM, 2000, p. 474)⁹. O jornalismo de *storytelling* tende a selecionar o material com base na sua construção narrativa ou no seu critério dramático.

Este modo de comunicação do telejornalismo, segundo Ekström, possui duas formas de envolver a audiência que não são utilizadas pelos outros modos: (1) a história provoca empatia, identificação, excitação e desejo de saber como a história termina; (2) as histórias podem oferecer modelos que podem nos ajudar a entender a realidade, outras pessoas e nós mesmos. Para o telejornalismo de *storytelling*, a dramatização do percurso dos acontecimentos é crucial. Os dois mais importantes estilos de produção deste tipo de telejornalismo são a criação de um novo evento para, depois, reportá-lo e a reconstrução de um evento que aconteceu no passado. Ekström afirma que este tipo de comunicação

⁹ Dramatized reconstructions of events represent a communicative strategy which constitutes the elementary form of journalism as storytelling (EKSTRÖM, 2000, p. 474).

tem se tornado bastante comum no telejornalismo. De acordo com ele, isto demonstra que o jornalismo feito na TV está saindo de uma forma mais passiva em que se transmitia as idéias das pessoas para uma forma mais ativa, em que se edita de uma forma mais subjetiva. O *storytelling*, por todas estas características aqui citadas, quer mexer com as emoções dos telespectadores.

O autor prossegue nas suas considerações sobre os modos de comunicação e diz que a televisão exerce influência na cultura e na sociedade, mas absorve e incorpora elementos oriundos destas áreas também. Ele questiona, então, na sua intenção de introduzir e desenvolver a idéia de jornalismo de atrações, se as atrações na TV não seriam parte de uma cultura mais geral de atrações que ele identifica na sociedade. Para ele, este tipo de telejornalismo é caracterizado por seis pontos definidores: (1) atrações representam uma maneira específica de usar a linguagem na interação social e consistem em colocar alguma coisa ou alguém em evidência; (2) a intenção deste modo é produzir um evento onde alguma coisa é exposta para atrair e fascinar uma audiência. Um ponto importante é a chamada do que será mostrado, que deve ser apresentado como algo sensacional e único; (3) a atração está relacionada a assuntos que representam desvios da normalidade; (4) atrações têm um estilo próprio de estética e expressão. O chocante e o extraordinário são construídos através de imagens expressivas, drásticas, manchetes exageradas, cores brilhantes e sons altos. O telejornalismo de atrações e o de *storytelling* têm em comum o uso do poder comunicativo das imagens visuais e dos elementos dramáticos; (5) a atração provoca recepções e sentimentos espontâneos dos telespectadores; (6) as atrações representam eventos que são finitos no tempo e espaço. O telejornalismo de atrações está relacionado com a produção dos chamados eventos midiáticos. Não é o tipo de jornalismo que reflete ou reporta, mas o jornalismo que cria eventos nos meios de comunicação, para os meios de comunicação, a fim de alcançar uma forma específica de envolvimento midiático da audiência. Para Ekström, na televisão contemporânea, o público dialoga, cada vez mais, com o tipo de comunicação de atrações. E, cada vez mais, a vida privada das pessoas tem se tornado o centro deste tipo de telejornalismo.

Numa competição cada vez mais viva pela atenção dos telespectadores, os produtores da televisão estão procurando de cima a baixo por novos assuntos para fazer atrações deles. Um dos novos campos que têm sido explorado numa extensão sem precedentes nos anos recentes é as vidas privadas dos indivíduos. Isto ocorre primariamente nos talk shows, mas também ocorrem em outros tipos de programas (...) Em todos os casos, os telespectadores são endereçados via os

modos de comunicação de storytelling e de atrações (tradução nossa) (EKSTRÖM, 2000, p.484) ¹⁰.

Ekström afirma que este tipo de preocupação nada tem a ver com o tipo de jornalismo que pretende munir os cidadãos com informações necessárias para as suas atividades como participantes da vida democrática. Ele afirma que a tricotomia dos modos de comunicação – informação, *storytelling* e atrações – é mais frutífera e alcançável que a dicotomia informação e entretenimento. Os telejornalismos de *storytelling* e atrações colocam uma ênfase maior no formato e o de informação enfatiza o conteúdo.

Ekström diz que os canais comerciais acreditam mais nos jornalismos de *storytelling* e atrações do que no jornalismo de informação. Para ele, uma explicação parcial para este fenômeno é o papel exercido pela TV na vida dos telespectadores. A maioria destes busca entretenimento e diversão na TV, o que não impede que, neste ato de se divertirem, não possam também ser informados. “A validade do telejornalismo, neste contexto, é a questão de sua habilidade em produzir algo que os telespectadores percebam como uma informação suficientemente significativa, sendo ainda histórias excitantes e atrações que fascinem” (tradução nossa) (EKSTRÖM, 2000, p. 489) ¹¹. Esta afirmação de Ekström sobre a possibilidade de informar e entreter aproxima esta forma de ver o telejornalismo com o que vem sendo defendido nesta monografia através do *infotainment* e justifica a observação destes modos de comunicação no *Profissão Repórter*.

Além desta consideração sobre o *infotainment*, acreditamos que estes modos de comunicação do telejornalismo são compatíveis com a proposta de Itania Gomes por se preocupar com os elementos textuais dos programas telejornalísticos para entender a forma que eles se endereçam às suas audiências, ou nos termos utilizados por Ekström, como eles se comunicam com os seus telespectadores. Estes modos de comunicação dão importantes direcionamentos para identificarmos o modo de endereçamento dos programas telejornalísticos.

¹⁰ In the ever-keener competition for viewers' attention, television producers are looking high and low for new subjects to make attractions of. One of the new fields that has been exploited to an unprecedented extent in recent years in individuals' private lives. This occurs primarily in talk shows, but it also occurs in other kinds of programmes (...) In all cases, viewers are addressed via both the storytelling and the attractions mode of communication (EKSTRÖM, 2000, p.484).

¹¹ The validity of TV journalism in this context is a question of its ability to produce what viewers perceive to be sufficiently meaningful information, exciting stories and attraction that attract (EKSTRÖM, 2000, p. 489).

2.3 TRAJETÓRIA NA RELAÇÃO COM O MODO DE ENDEREÇAMENTO

Neste tópico, vamos abordar o conceito de trajetória proposto pelo sociólogo Pierre Bourdieu. Apesar de este sociólogo possuir um posicionamento determinista em relação à televisão e à comunicação, ponto de vista exposto no seu livro *Sobre a Televisão*, acreditamos que este seu conceito, articulado com a noção de campo social proposto por ele, dá importantes direcionamentos para a análise do telejornalismo.

Em seu livro *Razões Práticas: Sobre a Teoria da Ação*, Bourdieu propõe uma abordagem teórica e empírica das noções de espaço social, de espaço simbólico ou de classe social. Ele abre as suas considerações afirmando que uma análise do espaço social para ele tem como objetivo captar o invariante, a estrutura. Uma perspectiva oposta à considerada aqui. No entanto, ele separa as estruturas das disposições – ou *habitus* –, indagando as particularidades das histórias coletivas diferentes. Ele afirma não querer fazer uma análise interna das práticas e dos consumos e, por isto, é preciso reconhecer a importância que têm as condições históricas nas diferenças das práticas sociais. Ele afirma que a distinção, também chamada de diferença ou desvio, é uma qualidade determinada, quase sempre considerada como inata, mas é uma propriedade relacional que somente existe na e através da relação com outras propriedades dos agentes. Esta noção servirá para uma análise das disputas no interior do campo social. Pensar em campo como lugar de relação das forças sociais aproxima o pensamento de Bourdieu aos estudos culturais.

Cada sociedade, cada contexto histórico determina as posições sociais. O espaço social, portanto, se constitui de tal forma que os agentes se distribuem em função de sua posição nas distribuições estatísticas segundo os dois princípios de diferenciação: o capital econômico e o capital cultural. Destarte, quanto mais coisas em comum têm os agentes, mais próximos eles estão no espaço social.

O espaço social – ou campo social – é uma estrutura de posições diferenciadas, definidas, em cada caso, pelo lugar que os agentes ocupam na distribuição de uma espécie particular de capital. Assim, uma primeira oposição ocorre entre os possuidores de um volume de capital considerável e aqueles que carecem de capital social e econômico. Outro tipo de oposição se dá entre os detentores de capital econômico e os detentores de

capital cultural. Para Bourdieu (1997), os intelectuais possuidores de maior capital cultural tendem a estarem filiados ao pensamento político de esquerda, já os possuidores de capital econômico se identificam mais com a direita do espectro político.

A posição que cada agente ocupa no campo se traduz em tomadas de posição através das disposições – *habitus* – de cada classe. A cada classe de posição corresponde uma classe de *habitus* – conjunto de princípios que geram práticas – produzida por condicionamentos sociais. Tomando o jornalismo como um campo social, podemos dizer que ele possui o seu *habitus*, ou seja, o seu conjunto de práticas que definem as práticas do campo. Este conceito permite que vejamos como são realizadas as socializações das vivências, já que é uma relação bidirecional.

A partir destas considerações, Bourdieu afirma que as classes sociais não existem. O que existe é um espaço social, um espaço de diferenças, em que as classes existem, de certo modo, em estado virtual. A posição ocupada no campo social ordena as representações deste espaço e as tomadas de posição nas lutas para conservá-lo ou transformá-lo.

(...) um campo, isto é, um campo de forças, cuja necessidade se impõe aos agentes que entraram nele, e como um campo de lutas, dentro dos quais, os agentes se enfrentam, com meios e fins diferenciados, segundo sua posição na estrutura do campo de forças, contribuindo deste modo a conservar ou a transformar sua estrutura (tradução nossa) (BOURDIEU, 1997, p.49) ¹².

Prosseguindo em suas considerações deterministas sobre uma teoria dos espaços sociais, Bourdieu (1997) afirma que o sistema educacional ajuda a reproduzir a distribuição do capital cultural e, com ele, do espaço social. Segundo ele, há um modo de reprodução definidos por mecanismos que fazem com que o campo social tenda a se perpetuar. Segundo ele, o capital cultural das famílias é maior que o capital econômico e as altas instituições escolares, as que conduzem às posições sociais mais elevadas estão, cada vez mais, monopolizadas. Por isto, as diferenças sociais que já existiam tendem a se manter. No entanto, as contradições do sistema podem gerar conflitos no interior do campo.

¹² (...) un campo, es decir a la vez como un campo de fuerzas, cuya necesidad se impone a los agentes que se han adentrado en él, y como un campo de luchas dentro de cual los agentes se enfrentan, con medios e fines diferenciados según su posición en la estructura del campo de fuerzas, contribuyendo de este modo a conservar o a transformar su estructura (BOURDIEU, 1997, p.49).

Após estas considerações iniciais, Bourdieu vai afirmar que os campos de produção cultural propõem a quem entra neles um espaço de possibilidades que tende a orientar as suas buscas definindo o universo dos problemas, das referências, todo “um sistema de coordenadas que quem participa tem que ter na cabeça para participar do jogo” (tradução nossa) (BOURDIEU, 1997, p. 53) ¹³. Este espaço de possibilidades é o que faz com que os produtores de uma época sejam, relativamente, autônomos na relação direta com as determinações diretas do entorno econômico e social. Apesar de colocar o peso no ‘relativamente’ da relação economia-campo de produção cultural, como vimos no capítulo anterior e como dito anteriormente neste capítulo, Bourdieu investe em uma defesa do caráter determinista na relação existente entre estes dois campos sociais com a preponderância do econômico em relação ao da produção cultural.

Bourdieu critica, ao falar do campo de produção cultural, uma concepção que se preocupa com o texto, afirmando que nenhuma obra existe por si mesma. O sociólogo francês critica ainda a intertextualidade, porque obrigaria os analistas a encontrar as dinâmicas dos textos nos próprios textos. Ele se posiciona contrariamente ainda a uma concepção que se preocupa com o contexto das obras culturais. Bourdieu, que é determinista na análise que faz dos campos de produção cultural, critica a teoria do reflexo, de matriz marxista. Ele diz que esta teoria é reducionista. E, por estas razões, Bourdieu formulou a teoria do campo. Campo entendido como microcosmos sociais que têm sua própria estrutura e suas leis próprias. O sociólogo diz que a sua teoria está posicionada entre as duas concepções anteriores e o que ele chama de determinantes externos somente pode exercer-se por mediação das transformações da estrutura do campo que resultam dele. Os campos exerceriam barreiras em relação a estes determinantes.

Ao falar do campo literário, Bourdieu afirma que o propósito da análise das obras culturais consiste na correspondência entre duas estruturas homólogas: a estrutura das obras (ou seja, dos gêneros, mas também das formas, dos estilos e dos temas) e a estrutura do campo, campo de forças que é um campo de lutas. As lutas de poder no interior do campo, entretanto, estão articuladas em torno de algum consenso ao menos, pois aos

¹³ un sistema de coordenadas que todos los involucrados tiene que tener la cabeza para jugar el juego (BOURDIEU, 1997, p. 53).

agentes não interessa uma luta que extinga o campo. As mudanças que se produzem continuamente no campo de produção cultural são fruto da própria estrutura do campo.

As mudanças que se produzem continuamente no campo de produção cultural são fruto da própria estrutura do campo, ou seja, as oposições sincrônicas entre posições antagonistas no campo global que se fundamentam no grau de consagração dentro do campo (reconhecimento) ou fora dele (notoriedade). (tradução nossa) (BOURDIEU, 1997, p.68)¹⁴.

O que se produz no campo é cada vez mais dependente da história específica do campo. Depois de ter falado da estrutura do campo, da lógica do funcionamento e das transformações do campo, Bourdieu descreve a relação que se estabelece entre os agentes e as forças do campo, que se evidenciam na trajetória e em uma obra. Diferentemente das biografias, a trajetória, dentro do campo literário, objeto de análise de Bourdieu, descreve a série de posições sucessivamente ocupadas pelo mesmo escritor nos estados sucessivos do campo literário, pois somente na estrutura de um campo, se define o sentido destas posições sucessivas. Ou seja, diz respeito à trajetória profissional de determinado agente e às tomadas de posição que ele tomou durante este percurso.

Ao permitir pensar como um determinado agente, ou falando do campo jornalístico, como um determinado jornalista se posiciona dentro do campo, as teorias anteriormente citadas, permitem, no nosso ponto de vista, contribuir para o aperfeiçoamento da proposta teórico-metodológica do modo de endereçamento. Saber quais as posições assumidas por este jornalista durante a sua trajetória profissional possibilita pensar como ele se relaciona com a audiência e com os valores da atividade profissional, relacionando-se, ao menos, a dois operadores de análise: mediador e pacto sobre o papel do jornalismo. Mediador na medida em que a trajetória estabelecida por um determinado agente contribui para que ele possua uma determinada imagem perante a audiência e pacto ao permitir pensar de que forma este jornalista tem se relacionado com valores caracterizadores do jornalismo como veracidade, interesse público, autenticidade, entre outros. As trajetórias dos jornalistas participantes do *Profissão Repórter* e as disposições no campo devem ser vistas na análise que se segue como elementos convocados a partir da observação dos programas. Elas não podem ser configuradas como

¹⁴ Los cambios que se producen continuamente en el seno del campo de producción cultural son fruto de la propia estructura del campo, es decir de las oposiciones sincrónicas entre posiciones antagonistas en el campo global que se fundamentan en el grado de consagración dentro del campo (reconocimiento) o fuera de él (notoriedade) (BOURDIEU, 1997, p.68).

elementos pré-textuais. Não pretendemos nesta monografia fazer uma análise sociológica nos termos de Bourdieu, mas sim, utilizar este conceito para melhor observar as características da metodologia citadas anteriormente.

3. O PROFISSÃO REPÓRTER

A primeira edição do programa *Profissão Repórter* da Rede Globo foi ao ar no dia 29 de maio de 2008, com a decisão da rede de televisão em constituir uma terceira linha de atrações noturnas, como é chamada a faixa de programação das 23 horas. Na descrição do programa no site Memória Globo da Rede Globo, a concepção do mesmo é atribuída ao jornalista Caco Barcellos, que também é apresentador, repórter e editor do *Profissão Repórter*. Na terça-feira, vai ao ar logo após o programa humorístico *Toma Lá Dá Cá* e antes do *Jornal da Globo*, aproximadamente às 23 horas e 15 minutos. O programa é dividido em dois blocos, totalizando aproximadamente 25 minutos, tendo a primeira parte da atração, em média, 18 minutos e a segunda, sete minutos. O *Profissão Repórter* é líder no horário, atingindo uma média de 21 pontos, considerado por jornalistas especializados em televisão, como a colunista do jornal *O Globo* Patrícia Kogut, um bom número para a sua hora de exibição. Nesta faixa de horário, a principal concorrência vem da Rede Record que leva ao ar uma telenovela e os *reality shows* – nos períodos analisados, estava no ar o *reality O Aprendiz*.

O programa surgiu como um especial do *Globo Repórter* em abril de 2006, depois, ainda no mesmo ano, começou a ser exibido como um quadro do *Fantástico*. Da data de estréia até o lançamento na grade semanal da Rede Globo foram 48 reportagens no *Fantástico* e cinco especiais na programação da Globo. O primeiro especial de fim de ano, chamado “Vida do mar”, foi exibido em 14 de dezembro de 2006 e abordou as aventuras dos trabalhadores do mar nas plataformas de petróleo e submarinos da Marinha. Os outros especiais foram “O Brasil sobre duas rodas”, exibido no dia 30 de agosto de 2007; “O Brasil da hora-extra”, que foi ao ar no dia 18 de outubro daquele mesmo ano; e “Em busca do sucesso” apresentado no dia 13 de dezembro, também em 2007.

O primeiro programa ocupando o atual espaço na grade da Rede Globo teve como tema o transplante de órgãos. Nesta monografia, foram analisados os dez últimos programas de 2008, da edição do dia 14 de outubro, cujo tema foi o Círio de Nazaré, até o dia 16 de dezembro, em que as equipes de reportagem retornaram ao estado de Santa Catarina que havia sido devastado por enchentes duas semanas antes. Foram analisadas

ainda dez edições exibidas em 2009, do dia 14 de abril, cujo tema foi transtornos alimentares, até o dia 15 de junho, em que foi realizada uma reportagem sobre o primeiro ano da lei seca (ANEXO).

3.1 REDE GLOBO E O INFOTAINMENT

Achamos necessário, para falar da articulação sobre a informação e o entretenimento no programa *Profissão Repórter*, fazer uma breve retomada da relação da Rede Globo com as áreas da informação e do entretenimento e destacar os dois programas que, na nossa visão, têm articulado estes dois campos em seu interior há alguns anos e com os quais o programa analisado nesta monografia tem vinculação. Falamos aqui do *Globo Repórter* e do *Fantástico*.

A Rede Globo de Televisão é hoje a rede de TV com maior audiência no Brasil. A rede deu início às suas atividades em 1965. Naquele ano, a TV Tupi era a líder de audiência no país, dividindo as atenções com a rede Excelsior, mas não demorou muito para a Globo superar as duas concorrentes, ancorando-se, já naquela época, nas telenovelas e no telejornalismo. A TV Globo foi a primeira a transmitir um telejornal em rede nacional – o Jornal Nacional – em setembro de 1969. Até o final dos anos 80, a Globo mantinha, no seu principal horário, média superior a 60 pontos, enquanto as outras concorrentes, juntas, não atingiam 10 pontos da audiência.

Na década de 60, a TV Excelsior introduziu uma série de medidas modernizadoras na televisão, porém a emissora sucumbiu durante a Ditadura Militar por ter apoiado o presidente nacionalista João Goulart antes do golpe. O mesmo não aconteceu com a Globo que, após sofrer investigações parlamentares por possuir um vínculo com o conglomerado estrangeiro *Time-Life*, relação esta proibida pela legislação da época, saiu favorecida do golpe, pelos contatos que os donos da rede possuíam com os militares. “A Globo pôde, desta forma, estabelecer uma aliança com o Estado autoritário, possibilitando que os objetivos de ‘integração nacional’ pudessem ser concretizados no domínio do sistema televisivo”. (ORTIZ, 1988, p.155).

Esta noção de integração nacional marcou de forma decisiva os primeiros anos do *Jornal Nacional*. Contudo, a redemocratização impôs uma nova forma de fazer jornalismo à Rede Globo. Ela não podia mais sair em defesa explicitamente de uma força política como fez na época da Ditadura. “[...] o aprofundamento da democracia no Brasil criou novas restrições que obrigou à TV Globo superar uma tradição de mais explícito viés político e minimizar a tendência inicial de *tabloidização* com o aumento da cobertura de *hard news*” (tradução nossa) (PORTO, 2007, p.1) ¹⁵.

Fazemos aqui uma ressalva em relação a esta afirmação do professor de jornalismo Mauro Porto, vinculado à área de comunicação e política. Apesar de concordamos com o distanciamento do campo político por parte da TV Globo, enxergamos uma tendência de maior vinculação com o que ele chama de *tabloidização*, inclusive por parte do *Jornal Nacional*, mais identificado com o chamado “jornalismo sério”. *Tabloidização* é aqui entendida como característica da cultura popular, não com o sentido negativo empregado por Porto.

Concomitantemente à criação da sua área de jornalismo, a rede Globo foi criando programas vinculados à área de entretenimento da empresa. Além destes programas, desde os primeiros anos da emissora, têm espaço importante na sua grade de atrações, as telenovelas. A Globo importou de sua concorrente Excelsior a idéia de criação de uma programação sanduíche, em que o telejornal foi posicionado entre duas telenovelas, criando assim o *prime-time* da emissora, espaço privilegiado de avaliação da audiência e local detentor do horário publicitário mais caro da emissora.

A consolidação, em 1968, a partir de uma proposta de Walter Clark, de uma grade de programação, que teve por princípio a localização de um telejornal entre duas telenovelas permitiu um interessante e eficaz *mélange* de receptores. (BORELLI & PRIOLLI, 2000, p. 19)

Além da criação do *prime-time* na televisão brasileira, algo que se destaca na história da rede Globo é a fixação de uma grade horizontal e outra vertical da programação. Nestas concepções, os programas se organizam ocupando os mesmos

¹⁵ “[...] the deepening of democracy in Brazil created new constraints that forced TV Globo to overcome a tradition of more explicit political biases and to minimize the initial trend toward *tabloidization* with an increase of *hard news* coverage” (PORTO, 2007, p.1).

horários, independentemente, de qual seja o dia da semana – sendo mais flexível, nos finais de semana – e se organizam também durante o decorrer do dia.

A fixação de uma grade horizontal e vertical de programação – base da estrutura e do padrão organizativo da emissora e viável, tecnicamente, após o aparecimento do *videoteipe* –, articulada ao redor deste projeto para o *prime-time*, podem ser considerados elementos dos mais significativos na constituição do monopólio de audiência exercido pela Globo, até o final dos anos 80. (BORELLI & PRIOLLI, 2000, p. 19)

No decorrer de sua programação, a rede Globo teve uma série de programas voltados ao entretenimento do público como, por exemplo, o *Programa Sílvio Santos*, *Moacyr Franco Show*, *Cassino do Chacrinha*, *Vídeo Show* e, mais recentemente, *Domingão do Faustão* e *Caldeirão do Huck*. Para nós parece ser fundamental, ao falar de entretenimento na Rede Globo, citar a sua forte produção na área de telenovelas. A Rede Globo possui cinco telenovelas em sua grade, duas à tarde e três à noite, exibidas de segunda à sábado, com exceção das duas exibidas no turno vespertino.

Ainda na área do entretenimento, é destaque na programação daquela rede de TV, nos últimos anos, o fenômeno do *reality show*, através de programas como *No Limite*, primeiro programa no formato reality adaptado pela TV Globo, *Fama* e *Big Brother Brasil*¹⁶. No Brasil, este tipo de programa tem tido uma grande aceitação dos telespectadores, que se interessam em ver “pessoas reais” na tela, tendo se espalhado por quase todas as grades das redes de televisão do país. Em 2010, irá ao ar a 10ª edição do *Big Brother Brasil*. A final da edição de 2009 registrou uma marca de 41 pontos de audiência, inferior às edições passadas, mas superior do que outros programas da Rede Globo como o programa analisado neste capítulo¹⁷.

Além destes programas marcados fortemente pelo vínculo com o entretenimento, a Globo vem se destacando em abrigar, em sua programação, formatos que vinculam a informação ao entretenimento, mesmo que um ou outro estejam em evidência, em programas como *Viva o Gordo*, *Linha Direta* e *Mais Você* e até mesmo sendo local para esta articulação os programas esportivos, os telejornais da emissora, em que são abertos espaços para a utilização de recursos gráficos e a apropriação de um tom mais informal na

¹⁶ Todos estes programas são adaptações de formatos vendidos por empresas estrangeiras. Itania Gomes em seu artigo *O Infotainment na Televisão* afirmou que a venda de formatos é uma das mais rentáveis estratégias empregadas pelos conglomerados de comunicação nos últimos anos.

¹⁷ Final do “BBB 9” perde em audiência e número de votos. Ilustrada. Folha Online. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u546960.shtml>> Acesso no dia 30 de setembro de 2009.

apresentação de alguns telejornais, como é feito no *Jornal Hoje*. Há ainda a presença do melodrama em reportagens feitas por diversos telejornais, entre eles, o *Jornal Nacional*, mostrando como um recurso utilizado fortemente pelas telenovelas da Rede Globo aparecem em produtos telejornalísticos¹⁸. Outro local onde se nota esta articulação muito fortemente é o *Fantástico*, como dito anteriormente, um dos programas onde o programa *Profissão Repórter* foi veiculado antes de assumir a sua atual posição na grade da Globo.

3.1.1 Informação e Entretenimento no Fantástico

O *Fantástico* foi criado, em 1973, pelo diretor de operações da Rede Globo José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni. O então diretor queria uma revista eletrônica que tivesse em seu interior jornalismo e dramaturgia. Naquela época, o *Fantástico* tinha o nome de *Fantástico*, o Show da Vida e tinha duas horas de duração. Segundo a definição do site Memória Globo da Rede Globo, o *Fantástico* apresenta quase tudo o que é produzido em uma rede de televisão, destacando esta característica de articular informação e entretenimento.

O *Fantástico* é visto pela Rede Globo como um “espaço para a experimentação de novas idéias e formatos” (MEMÓRIA GLOBO). A primeira edição do programa foi ao ar no dia 5 de agosto de 1973, apresentado pelo jornalista Sérgio Chapelin. Já na primeira edição, tanto o campo da informação quanto do entretenimento estavam inseridos, com reportagens, quadros de dança e uma apresentação das notícias da semana feita por Chapelin. José Itamar de Freitas, diretor-geral do programa a partir de 1977, definia as reportagens que eram apresentadas no *Fantástico* como “um meio-termo entre o *Globo Repórter* e os telejornais diários” (MEMÓRIA GLOBO).

As reportagens, naquela época, utilizavam imagens e traziam texto com alto apelo emocional. De acordo com o site Memória Globo, Freitas “acreditava que era importante usar a capacidade de emocionar da televisão para levar informação ao telespectador, sem prejuízo do aspecto jornalístico dos temas”. Estas reportagens mostram como o

¹⁸ Para uma maior compreensão sobre a forma como o *Jornal Nacional* tem utilizado o melodrama em suas coberturas noticiosas ver ROSÁRIO, 2009.

programa jornalístico dominical da Rede Globo se relaciona com o *infotainment*, dando ênfase a este caráter emocional da TV, sem relegar a um segundo plano a importância da informação.

Esta articulação entre a informação e o entretenimento não ficou restrita aos anos iniciais. Em 1988, o jornalista Alexandre Garcia estreou um quadro em que fazia uma crônica cômica dos políticos em Brasília, tendo como base imagens captadas pelos cinegrafistas da TV Globo durante a semana. A crônica foi exibida até julho de 1994. Segundo Alexandre Garcia, “o quadro atingia seus melhores momentos quando alcançava a perfeita sincronia entre a imagem, o comentário e a atualidade do noticiário político” (MEMÓRIA GLOBO).

Em 1991, José Itamar de Freitas deixou a direção-geral do Fantástico e assumiu em seu lugar o jornalista Carlos Amorim. Amorim passou a dar mais ênfase ao jornalismo factual. No ano seguinte, o *Fantástico* começou a ganhar prêmios, o primeiro foi o Vladimir Herzog de Direitos Humanos, concedido a uma matéria do repórter Domingos Meireles. Meireles havia localizado o túmulo do músico Francisco Tenório Júnior, que tocava com Tom Jobim. Este prêmio conferido ao *Fantástico* um ano após o programa apostar no jornalismo factual e investigativo demonstra a predileção do campo por este tipo de reportagem.

No entanto, esta atenção ao factual não durou muito tempo. Em 1993, Luiz Nascimento, ex-diretor do *Esporte Espetacular*, assumiu a direção do *Fantástico* e voltou a mudar os rumos do programa. O *Fantástico* voltou a prestar atenção na utilização do humor na construção do dominical. A apresentação feita por Fátima Bernardes, Celso Freitas e Sandra Annenberg, com participações do elenco de atores da TV Globo, ficou mais coloquial. As reportagens ganharam mais humor, com o uso da computação gráfica em várias situações. Nos anos que se seguiram, o programa passou a buscar cada vez mais a interatividade com o telespectador, através do uso da tecnologia.

O *Fantástico* foi o primeiro programa da TV brasileira a ter e-mail, foi também pioneiro na transmissão em internet por tempo real, na transmissão digital e na transmissão de reportagens pela Internet e pelo videofone (sistema de telefonia que permite transmissão simultânea de imagens e sons entre os usuários) (MEMÓRIA GLOBO).

O uso do humor no Fantástico ganhou ainda mais espaço com a entrada dos humoristas do *Casseta & Planeta* em 1995 no quadro *Plantão Casseta*. Eles utilizavam

um slogan que era “jornalismo mentira, humorismo verdade”, em que eles satirizavam políticos e artistas que haviam aparecido durante o noticiário da semana. Foi a estreia na TV dos humoristas que eram redatores da revista Casseta Popular e do jornal Planeta Diário. Anos mais tarde, o quadro se tornou um programa semanal da Rede Globo, mostrando a importância do espaço reservado à experimentação no interior do *Fantástico*.

Em 2006, foi a vez de ir ao ar o *Profissão Repórter* como um dos quadros da revista eletrônica da Rede Globo. O programa mostrava reportagens que duravam 12 minutos e, além disto, mostrava o processo de produção da matéria que estava sendo transmitida. O uso de recursos gráficos, atrelados ao elemento entretenimento da TV, que, historicamente marcou o programa dominical, foi também apropriado pelo quadro que havia surgido em abril daquele mesmo ano no *Globo Repórter*.

3.1.2 Globo Repórter e Profissão Repórter

O *Globo Repórter* é um dos programas jornalísticos de vida mais longa na história da televisão brasileira. Ele estreou em abril de 1973, mesmo ano que o dominical Fantástico. O programa foi criado para ser uma versão da Rede Globo do *60 minutes* da rede americana CBS, mas limitações do corpo técnico fizeram a direção da rede mudar de idéia. Tendo como referência o programa *Globo Shell especial*, a direção da Globo, naquela época, decidiu adotar narrativas conduzidas a partir das imagens, dos depoimentos dos entrevistados e da esporádica locução em *off* do apresentador. O repórter não aparecia no vídeo.

A mestre em Comunicação Marília Hughes apresentou em sua dissertação de mestrado o modo de endereçamento do *Globo Repórter*, em que ela identificou três modos de endereçamento em três períodos distintos do programa. No primeiro período, citado no parágrafo anterior, documentaristas dirigiam o programa. Faziam parte da equipe fixa os documentaristas Eduardo Coutinho, Geraldo Sarno, Walter Lima Jr., João Batista de Andrade, entre outros. Todos haviam trabalhado com Paulo Gil Soares, então diretor do *Globo Repórter*, no *Globo Shell Especial*.

No segundo período, identificado por Hughes como um período de transição, situado entre os anos de 1983 e 1984, assumiu a direção do programa Robert Feith. Houve uma substituição dos documentaristas por jornalistas, mas a direção manteve como ponto fundamental a manutenção do entretenimento na produção das reportagens. O *Globo Repórter* passa a querer emocionar, sem perder a função de informar, assim como havia optado a direção do Fantástico, como vimos no tópico anterior.

(...) reuniões foram feitas com dramaturgos da emissora com o objetivo de achar uma “nova fórmula” para o programa, que unisse notícia e entretenimento, sem perder a função informativa. O *Globo Repórter* passa a apostar em situações narrativas capazes de criar dramaticidade e apelo emocional. Além disso, o formato com três reportagens por edição deixa de ser fixo e, dependendo da atualidade, determinado assunto poderia servir de tema único para o programa (HUGHES, 2009, p.101).

No terceiro período, Hughes agrupou as edições mais recentes do programa, mais especificamente, aquelas exibidas em 2008. O *Globo Repórter*, desde 1995, quando Sílvia Sayão assumiu a coordenação geral do programa, passou a apresentar apenas um tema por edição. Os temas foram classificados pela mestre em comunicação em quatro categorias, sendo elas ciência, atualidade, aventura e comportamento. Segundo Hughes, os selos estão indicados no site do *Globo Repórter*, mas não aparecem durante a sua exibição na TV. Hughes afirma que o *Globo Repórter*, diferentemente dos outros telejornais, não se preocupa com o factual.

Acreditamos ser necessário afirmar que, apesar do formato do *Jornal Nacional* ter influenciado o modo de fazer telejornalismo dos outros telejornais da rede e de emissoras concorrentes da TV Globo, o *Profissão Repórter* aproxima-se mais ao *Globo Repórter*, programa onde ele surgiu como especial. Ambos os programas, diferentemente do *Jornal Nacional*, não fazem cobertura do *hard news*, não têm bancadas e são caracterizados por cada edição abordar, semanalmente, um tema diferente, sendo esta a forma que apresenta a sua organização temática.

É, neste contexto televisivo, marcado por programas vinculados às áreas do entretenimento e do jornalismo, possibilitado tanto pela Rede Globo quanto pela sociedade brasileira, que um programa como o *Profissão Repórter* parece ter maior possibilidade de existência. O telejornalismo no Brasil vem sendo marcado pela relação entre duas áreas consideradas por certo discurso oficial do jornalismo como contrastantes

e opostas: a área da informação e a do entretenimento. Esta consideração se faz importante porque o *Profissão Repórter* dialoga, em diversos momentos, com recursos típicos do entretenimento – como o tipo de narrativa empregada pelos repórteres –, para articular a informação disponibilizada no interior do programa. Aspectos estes que serão mais bem abordados no decorrer da análise que segue nos tópicos a seguir. Sobre este assunto, achamos necessário dar destaque à abordagem de Dahlgren. “A televisão é o meio que nos anos recentes mais profundamente experimentou com a fronteira sagrada entre fato e ficção”. (tradução nossa) (DAHLGREN, 1992, p.16) ¹⁹.

3.2 OS TRÊS MODOS DE COMUNICAÇÃO DO PROFISSÃO REPÓRTER

Após apresentar a fundamentação teórica e partes da história da TV Globo e dos programas desta rede que possuem uma vinculação com o *Profissão Repórter*, passamos agora à análise propriamente dita do programa. Como exposto anteriormente, a presente análise teve como corpus as edições exibidas entre o dia 14 de dezembro de 2008 e 16 de junho de 2009. Iniciamos a análise problematizando as reiteradas afirmações por parte dos produtores do programa, através de entrevistas e na definição do programa na internet, de que se trata de um jornalístico que apresenta os bastidores da notícia.

Esta condição do programa é reforçada não apenas pelos discursos utilizados por quem faz o *Profissão Repórter*, mas também, através de recursos imagéticos como os dispostos na vinheta de abertura. A vinheta é constituída por imagens de ilha de edição (Fig. 1), pessoas na redação (Fig. 2), pessoas digitando em computadores ao mesmo tempo em que aparecem caracteres na tela como se fosse resultado destas digitações, aparece um cinegrafista com uma câmera na mão (Fig. 3), telas de computadores com softwares de edição abertos, sucedidos por um símbolo da Globo em um carro de reportagem e termina com o nome “Profissão Repórter” na cor amarela e um microfone com o símbolo da Globo atrás (Fig. 4), além disto, uma mão no teclado e no mouse. Todas estas imagens

¹⁹ “Television is also the medium which in recent years has most profoundly experimented with the sacred boundary between fact and fiction” (DAHLGREN, 1992, p.16).

citadas anteriormente vão se sucedendo e sendo mostradas com efeitos de edição, com cor azul e reproduzindo o enquadramento visual da lente da câmera. A música de abertura e esta sucessão de imagens se articulam em uma vinheta de abertura que se assemelha a um pequeno videoclipe, mostrando mais uma vez a relação do programa com recursos audiovisuais típicos do entretenimento, mostrando e informando sobre etapas do processo de construção de uma reportagem.



Fig. 1



Fig. 2



Fig. 3



Fig. 4

Outra ação que reforça esta idéia do programa em mostrar a atividade dos jornalistas durante a produção da notícia é a afirmação feita pelo apresentador Caco Barcellos após apresentar as frentes de reportagem que compõem o programa do dia. “Os bastidores da notícia. Os desafios da reportagem”, afirma Barcellos, antes da sucessão de imagens citada acima, indicando que estes são os objetivos do programa, mesmo que não mostre algumas etapas destes bastidores. Utilizar este discurso serve ainda para que seja atribuída uma noção de veracidade sobre aquilo que está sendo dito, através da construção da credibilidade que vai sendo construída pelo programa em relação à audiência, ao permitir que ela acompanhe o processo de produção da notícia. Mostrar os bastidores, mais a presença de Caco Barcellos, como será dito mais detalhadamente no tópico a seguir, são elementos-chave para o entendimento do modo de endereçamento do programa.

Ainda em relação aos bastidores, duas estratégias foram anunciadas por Caco Barcellos durante o programa *Vídeo Show*, exibido às tardes na Globo, para o ano de 2009. Na edição do dia 14 de abril do programa vespertino que mostra os bastidores da produção televisiva da Rede Globo, Barcellos anunciou o que ele chamou de “duas grandes

novidades”: a nova redação e um processo seletivo para a escolha do novo repórter integrante do programa. Sobre a redação disse Barcellos:

Caco Barcellos: *A temporada 2009 do Profissão Repórter começa com uma novidade que eu mostro pra vocês agora. A nossa nova redação: a redação-estúdio. Daqui, a gente vai gravar os bastidores do nosso trabalho, principalmente, o trabalho da edição das matérias. A redação não está completamente cheia, porque aqui, a gente segue a regra básica de reportagem: lugar de repórter é na rua.*

Precisamos fazer duas considerações em torno do discurso adotado pelo principal mediador do *Profissão Repórter*. A primeira consideração sobre a redação estar vazia porque lugar de repórter é na rua mostra que o programa quer se endereçar ao telespectador como realizador de um jornalismo que apura as informações que ali estão sendo mostradas, conferindo autenticidade ao papel desempenhado pelos jornalistas. A outra consideração é sobre a novidade anunciada por Barcellos em relação à redação-estúdio. Este ambiente foi realmente incorporado aos programas exibidos em 2009. A audiência pôde assistir trechos de discussão da edição do programa em seis edições das 10 que compõem o corpus de análise do programa no ano anteriormente citado. Em uma destas seis, na intitulada *Riscos da Vaidade*, exibida no dia 02 de junho de 2009, pudemos ver Caco Barcellos discutindo com os repórteres Gabriela Lian e Felipe Gutierrez a exibição de imagens de uma vítima de uma cirurgia mal sucedida.

TEXTO	IMAGEM
	Os jornalistas Caco Barcellos, Gabriela Lian e Felipe Gutierrez estão na redação-estúdio assistindo às imagens da reportagem realizada por ela e por Gutierrez em um monitor.
Gabriela Lian (GL): A imagem mais impressionante que eu vi foi desta mulher.	É enquadrada no monitor a imagem de uma mulher, mas com sombra, sem

<p>Ela ficou marcada por isso e ela sofreu muito pela imagem que continuou sendo veiculada mesmo 10 anos depois.</p>	<p>mostrar o seu rosto.</p>
<p>Caco Barcellos (CB): A questão é cortamos ou não a imagem da cicatriz?</p>	
<p>GL: Ela não recebia mais jornalista na casa dela e abriu esta exceção pra gente.</p>	
<p>CB: Com alguma condição?</p>	
<p>Felipe Gutierrez (FG): Não. A gente não se comprometeu a não mostrar imagem dela em nenhum momento. Foi muito difícil conseguir a entrevista com esta mulher como a Gabriela falou. A gente só foi atrás dela por causa daquela imagem. Se é tão desconfortável pra ela, eu acho que é menos relevante do que uma imagem é a identidade dela, é o rosto dela (sic).</p>	
<p>CB: Eu concordo 100% com você. Eu acho que a gente retribui a confiança dela, minimizando o dano com a exposição que ela tanto se queixava.</p>	
<p>CB: Você preferiria não mostrar a cicatriz e contar a história dela?</p>	
<p>GL: Eu preferiria não mostrar a cicatriz e contar a história dela, deixar ela falando.</p>	
<p>CB: O meu voto é esse: a exposição da cicatriz que é impressionante, cobrindo o</p>	

rosto dela.	
	A reportagem tem prosseguimento e a imagem da cicatriz nos seios da mulher é mostrada.

Podemos ver, com o trecho aqui demonstrado, algumas indicações sobre o pacto construído pelo programa em relação ao jornalismo. Mesmo com o trauma causado a uma das personagens pela exibição recorrente da imagem de sua cicatriz ocasionada por um erro médico, Caco Barcellos vota por, mais uma vez, mostrá-la, defendendo a necessidade de exibir a imagem, sabendo a comoção que ela pode causar. Barcellos aposta na estratégia defendida por Ekström como telejornalismo de atrações em que algo que desvia da normalidade é mostrado por um programa a fim de causar o choque de quem assiste. A intenção de Barcellos e do *Profissão Repórter*, neste momento, foi, além de informar, chocar mostrando conseqüências físicas de uma cirurgia plástica mal sucedida. Esta informação foi reforçada no decorrer do programa utilizando uma fonte especializada, o psiquiatra Taki Cordas que falou das conseqüências psicológicas dos transtornos alimentares. Ao utilizar o modo de comunicação de informação através de Cordas, o programa se relaciona com os valores jornalísticos interesse público, relevância e responsabilidade social, ao problematizar as histórias que estão ali sendo apresentadas. No corpus observado, compõem o rol de fontes especializadas e/ ou oficiais ouvidas durante o programa, delegados, promotores, médicos e bombeiros.

Pensar desta maneira está em consonância com as idéias apresentadas por Ekström de que um programa não possui apenas um modo de comunicação, mas sim um que predomina sobre os demais. Apesar de possuir os três modos no encadeamento das suas histórias, o *Profissão Repórter* prioriza o modo de comunicação do *storytelling*. Todas as edições que fazem parte deste corpus nos permitiram ver isto. No programa, os jornalistas contam histórias sobre um determinado tema, a audiência ouve uma história que emociona e as terceiras partes aparecem como personagens, como podemos ver na edição do dia 14 de abril de 2009, intitulado *Desafios da Balança*. Após a logomarca do *Profissão Repórter* aparecer na tela, o programa começa da seguinte maneira:

TEXTO	IMAGEM
	Aparece na tela a imagem de uma mulher em um barzinho.
Mulher: Dá para passar uma batata para cá, gente?	
Caco Barcellos (CB) apresenta a personagem (off): Este é o último banquete da vida de Camila. Na semana seguinte, ela vai enfrentar uma cirurgia de redução de estômago.	Aparece imagens de Camila comendo.
Camila: O meu coração já tá acelerado.	Camila aparece no hospital deitada numa maca, com touca cirúrgica e é enquadrado o contador de batimentos cardíacos.
CB: No <i>Profissão Repórter</i> de hoje (off), o desafio da balança. Quando ser gordo ou magro demais se torna uma doença.	Imagens de um corredor, chega a uma porta e Caco Barcellos aparece na redação-estúdio. Enquanto ele fala, a repórter Mariane Salerno está sentada mexendo em uns papéis.
CB (off): A revolta diante do espelho.	Aparece uma imagem de Camila frente a um espelho e a repórter Gabriela Lian atrás em tom azul.
Camila chorando, diz: Eu não quero mais me olhar no espelho.	Surge um close do rosto de Camila com um tom de azul claro.
CB (off): E a transformação, 20 quilos a menos.	Camila aparece na praia em close colocando filtro solar e de óculos escuros.

Camila: Ah, eu hoje gosto mais de mim mesma, né?	
CB (off): O tratamento de jovens que se recusam a comer.	São mostradas na tela a imagem de um corpo magro.
Um interno de uma clínica: Eu preferiria ser cego do que ter anorexia.	O interno está de costas e a repórter Júlia Bandeira o observa balançando a cabeça.
Felipe Suhre: Quando você provoca vômito o que você sente?	Suhre está sentado na cadeira falando com uma mulher que ainda não foi apresentada.
A entrevistada: Alívio.	
CB (off): Maria, 33 quilos. Ela precisa engordar para sobreviver.	Aparece a imagem do corpo de Maria, sem mostrar o seu rosto.
Maria: Eu achei que meu organismo estivesse se recuperando e ele não está.	Este depoimento de Maria aparece em uma legenda. Aparece uma parte do rosto dela, é dado um enfoque aos olhos. A repórter Júlia Bandeira a observa.
CB (off): A temporada 2009 do <i>Profissão Repórter</i> começa agora com redação nova e um novato diante das câmeras. Os bastidores da notícia. Os desafios da reportagem no <i>Profissão Repórter</i> .	Aparece a imagem dos repórteres nas suas frentes de reportagem; da redação laranja e azul, nas cores que formam a identidade visual do programa. Depois, a imagem do repórter Felipe Suhre. E, por fim, mais imagens das reportagens e de Caco Barcellos.

Nesta abertura, o *Profissão Repórter* já mostra várias das estratégias do *storytelling* utilizadas por ele. Através de uma narrativa, mostrando mais um elo de ligação com o entretenimento, ele apresenta os personagens, e introduz partes das histórias daqueles personagens. O texto é acompanhado por determinados enquadramentos de câmera que

reassaltam a emoção dos personagens. Dois exemplos são os enquadramentos do rosto de Camila quando ela está chorando e o olhar de Maria quando ela está dando o seu depoimento sobre a anorexia. O programa foi iniciado desta maneira em todas as edições que integraram o corpus de análise e não é o único momento que esta estratégia é empregada. Em seu interior, os repórteres adotam esta mesma estratégia ao contar as histórias das pessoas ali envolvidas nas frentes de reportagem e eles mesmos são colocados na posição de personagens, seja pelos discursos utilizados por Caco Barcellos, seja por situações em que eles mesmos contam o que aconteceu com eles no decorrer da produção da matéria.

Outra estratégia que pode ser depreendida do trecho acima é a idéia de serialização, exposta através da fala de Caco Barcellos em se tratar da temporada 2009. Este é um recurso discursivo mais comum a programas vinculados ao entretenimento e aqui é empregado na identificação de um programa jornalístico. Além disto, todas as edições foram disponibilizadas na internet com um nome – a edição citada no trecho acima foi intitulada “Desafios da Balança” – como se fosse o título daquela história, reforçando se tratar de um programa que emprega estratégias oriundas das narrativas ficcionais.

Sobre a abertura do programa, é necessário dizer que, em todas as edições, quem apresenta os repórteres é Caco Barcellos. Ele é o único jornalista cuja apresentação é feita através de legenda. Na edição do dia 05 de maio de 2009, cujo título foi Chaves de Casa, Barcellos apresenta os repórteres da seguinte maneira, enquadrando-os no contexto de produção da reportagem:

TEXTO	IMAGEM
Caco Barcellos (CB) (off): Um em cada três brasileiros das cidades não tem condições dignas de moradia (1). O repórter Felipe Gutierrez está na periferia de São Paulo (2).	(1) Aparece a imagem de uma criança chorando em uma noite e mais algumas pessoas atrás dela. (2) O céu é mostrado para mostrar que é madrugada. Aparecem algumas pessoas carregando coisas.

Mulher: Vamo (sic) povo. Não é brincadeira não gente. Dá tempo de ficar parado?	Aparece a imagem escura de uma mulher.
CB (off): É madrugada e a comunidade de Vista Alegre já está em pé. Hoje é dia de despejo.	É mostrada a imagem da lua, depois uma rua escura e um ônibus ao fundo.
Felipe Gutierrez (off): 80 famílias moram nesta área que pertence a uma outra pessoa. A ocupação começou há quatro anos. Agora, por ordem da Justiça, todos vão perder as suas casas.	É colocada a imagem dos moradores em um círculo. Depois, o cinegrafista mostra outras pessoas que observam os moradores.
	É colocado o depoimento de uma mulher que está reclamando da ação policial e depois a movimentação dos policiais e a primeira parte da reportagem de Gutierrez.

Neste trecho, Caco Barcellos articula as informações sobre moradia à sua função de narrador principal do programa, mostrando mais um ponto da articulação do programa com o *infotainment* e mostrando, ainda, a interlocução entre a estratégia de informação e a de *storytelling*. Ainda neste trecho, pudemos ver a forma que os outros repórteres são apresentados por Barcellos. Em todas as edições analisadas, é empregada a mesma estratégia de edição em que Barcellos fala o nome dos repórteres, estes aparecerem destacados através do recurso visual de deixar a imagem deles azul e laranja (Fig. 5 e 6) e logo depois mostrar a primeira parte da reportagem deles – ou mesmo sem aparecem como no caso acima, surgem através da voz *off*.



Fig. 5



Fig. 6

Através da utilização deste recurso, Barcellos assume, no esquema narrativo, o papel do narrador onisciente, sabe o que vai ser mostrado, apesar de não estar naquela cena. Os outros repórteres são os narradores-personagem. Incluem-se nas histórias, choram, se emocionam. Mostrar os bastidores, na retórica do programa, serve para mostrar o desenvolvimento das histórias, colocando os jornalistas como personagens delas. Constroem as histórias, em que os desfechos são mostrados ou na edição seguinte ou no segundo bloco da mesma edição ou ainda na internet. Um exemplo desta construção dos repórteres foi vista na edição do dia 26 de maio de 2009, cujo título foi Vida de Bombeiro.

TEXTO	IMAGEM
Júlia Bandeira (JB) (começa com off): A história de Eduardo marcou o início de meu trabalho como repórter. No carnaval de 2007, nossa equipe acompanhou a ação dos guarda-vidas do Rio de Janeiro, quando eles salvaram a vida de Eduardo.	No início da fala de Bandeira, são exibidas cenas de uma reportagem apresentada pelo programa em março de 2007 em azul e laranja e com uma edição de imagem em que são simulados os traços que compõem o visor de uma câmera de filmagem (Fig. 7).
Felipe Suhre (FS): Você tá ansiosa? (sic)	Suhre aparece na tela mesmo sendo um dos cinegrafistas naquele dia.
JB (off): Eu vou rever o menino que	Aparece uma imagem da repórter Júlia

conheci entre a vida e a morte.	Bandeira andando.
	Bandeira reencontra a mãe de Eduardo.
JB chorando: A senhora chegou a assistir o nosso programa? (Fig. 8)	As duas, mãe e repórter, conversam.
Mãe de Eduardo: Assisti.	
	Na tela, é colocada uma imagem dos bombeiros fazendo massagem cardíaca em Eduardo em 2007, editada da mesma maneira que a imagem de arquivo citada anteriormente. Toda imagem que não foi produzida pelos repórteres em uma determinada edição são exibidas desta maneira (Fig. 9).
JB (off): Eduardo Pereira, 16 anos, estava nadando com os amigos.	
JB (off): Dois anos depois, reencontro Eduardo no clube onde ele jogava futebol. Hoje, faz fisioterapia para recuperar os movimentos com a ajuda financeira do clube de futebol. Eduardo era atacante.	Uma foto de Eduardo com um time de futebol. A imagem é mostrada com uma música lenta acompanhando.
	Entrevista de Júlia Bandeira e a mãe de Eduardo.
JB para a mãe de Eduardo: A senhora tem vontade de conhecer (os bombeiros que resgataram Eduardo)? Se a senhora quiser,	

posso levá-la lá.	
Caco Barcellos (off): No próximo bloco, o reencontro de Eduardo com os bombeiros que salvaram a sua vida (...)	



Fig. 7



Fig. 8



Fig. 9

As imagens acima mostram um recurso visual, recorrentemente utilizado pelo *Profissão Repórter*, em que o programa destaca para os telespectadores imagens recuperadas de arquivo. A imagem sofre alteração de cor para os tons laranja e azul e há a reprodução das linhas que reproduzem um visor da câmera, conferindo àquelas imagens a idéia de bastidor e deixando claro para o telespectador de que elas foram gravadas em outro período de tempo. Quem assiste é convocado a participar da ação, como se estivesse vendo as imagens no exato momento de sua captura, na câmera.

Em relação às estratégias narrativas, este trecho nos permite ver que a repórter Júlia Bandeira não é apenas a narradora – posição assumida quando ela relata os acontecimentos – é também mais um personagem do programa, que fica ansiosa e chora. Ao enfatizar as reações da jornalista – a ansiedade e o choro –, utilizando estratégias audiovisuais para destacá-las, como a música lenta ao mostrar a imagem do personagem Eduardo Pereira jogando bola, o programa não quer apenas mostrar os bastidores ou dar somente uma informação, quer emocionar quem está assistindo, utilizando para isto os recursos audiovisuais disponibilizados pelo campo televisivo. Além disto, esta reação de Bandeira aproxima o jornalismo da sensibilidade, alterando a imagem defendida por certa tradição teórica que pensa que o jornalista tem que ser observador imparcial da realidade.

É uma mudança na concepção do que é jornalismo, aproximando-se muito mais à concepção defendida por autores dos estudos culturais.

Em relação às características utilizadas pelo *Profissão Repórter* que se referem ao modo de comunicação *storytelling*, achamos essencial abordar mais uma, encontrada na edição do programa exibido no dia 02 de junho de 2009, em que o título foi Riscos da Vaidade. Nesta edição, vemos o *Profissão Repórter* colocando um dos personagens envolvidos na reportagem no papel de vilão e acompanhamos a reconstrução da história tendo como objetivo manter o suspense para apresentar o desfecho da história e apresentando o momento do clímax. Uma das frentes de reportagem, sob responsabilidade de Gabriela Lian e Felipe Gutierrez, citada no início deste tópico, ficou responsável por acompanhar as histórias das vítimas do médico Marcelo Caron, ex-médico cirurgião, acusado de falsificar o diploma desta especialidade e julgado pela mutilação e morte de diversas mulheres.

TEXTO	IMAGEM
Gabriela Lian (GL) (off): O julgamento começa com a definição dos sete jurados.	Aparecem pessoas na sala do júri onde está acontecendo o julgamento do médico Marcelo Caron.
GL: Marcelo Caron era próximo da família de Janet.	
Jane: Ele era cunhado da minha irmã. Frequentava, socialmente, a mesma família do marido da minha irmã. Ele participava de todas as festas.	Aparece a imagem de Jane com a legenda “irmã de Janet”
GL (off): No intervalo, tentamos, pela primeira vez, falar com Caron.	Aparece a imagem de Lian na tela, ela fala algo a Caron, cujo som é inaudível.
Marcelo Caron (MC): <i>Profissão Repórter?</i>	

GL: <i>Profissão Repórter</i> . Mas, neste caso, a gente só tem a acusação e seria muito importante te ouvir.	
MC: Pode ser depois?	
GL: Pode ser depois. O senhor conversa comigo depois.	
MC: O teu nome é?	
GL: Gabriela. Muito obrigada.	
	Aparece outra frente de reportagem. Depois, retorna para o julgamento.
GL: Marcelo Caron disse no júri que cometeu um erro médico.	
MC: Em todo o tempo, eu tive coragem para assumir, tive coragem para tratar e tentar amenizar o que aconteceu.	Neste momento, Caron está apresentando a sua defesa ao júri.
GL (voz off): Mas ele não assumiu a responsabilidade pela morte de Janet.	
MC (para o júri): Neste caso, eu tinha plena consciência da minha inocência.	
	Aparecem mulheres chorando.
GL (voz off): É a mãe de Janet que dá apoio às outras mães de vítimas.	
	Sonora com a mãe de Janet. Depois, volta a imagem do julgamento.

<p>GL (voz off): Marcelo Caron é considerado culpado pela morte de Janet, mas ganha o direito de aguardar o recurso em liberdade.</p>	
	<p>Sonora com o advogado de defesa informando que o médico saiu por outra saída e não vai dar entrevista agora.</p>
<p>GL (voz off): Voltamos ao Fórum de Goiânia atrás do endereço de Marcelo Caron. Natal, Rio Grande do Norte e viajamos à capital do Rio Grande do Norte (1). É este o endereço que Marcelo Caron declarou na Justiça, mas a gente descobriu que ele passa a maior parte do tempo em outro lugar (2).</p>	<p>(1) Imagens do Fórum de Goiânia (2). Aparecem imagem da frente de um condomínio.</p>
<p>Caco Barcellos (CB) (off): No próximo bloco, o encontro com Marcelo Caron e o alerta dos próprios médicos.</p>	<p>Cenas da reportagem e vai para o intervalo comercial.</p>
<p>GL (off): São 85 quilômetros até a Praia de Pipa, uma das praias mais bonitas do Brasil. É aqui que o médico Marcelo Caron espera pelos próximos julgamentos.</p>	
<p>GL (off): Encontramos Caron à noite, passeando com o cachorro.</p>	<p>Aparece a imagem do médico Marcelo Caron andando.</p>
<p>GL: Marcelo? Tudo bem? Gabriela do <i>Profissão Repórter</i>. Eu queria saber o que você pretende fazer da sua vida hoje?</p>	<p>A repórter chega correndo atrás de Marcelo Caron já com o microfone na mão.</p>

MC: Hoje, eu vou para casa (pega no braço da repórter). Você me dá licença?	
GL: Você vai voltar? Você pretende voltar a fazer cirurgia?	
MC: Não. De jeito nenhum. Que bom, vocês estarem aqui visitando aqui então (riso constrangido).	
GL: A que o senhor atribui (...)	
MC: Você tava no júri, não tava?	
GL: Conversamos. O senhor disse que conversaria comigo depois. Aí depois não tivemos oportunidade. O senhor saiu e, por isso, a gente (...)	
MC: Que chato vocês virem aqui, né? Tinham que me atrapalhar. Eu fico muito triste com isso, sabia?	
GL: Eu fiquei muito triste quando o senhor não me deu a entrevista.	
MC: Hum.	
GL: Por isso, eu vim aqui. A gente pode conversar um minutinho?	
MC: Eu não queria, Gabriela. Eu queria que você me respeitasse. Se você souber entender, porque vamos falar: eu não gostei da decisão do júri, né? Eu não concordo, a defesa não concorda. Foi isto	

<p>que os meus advogados falaram, não foi? E, em suma, nós vamos recorrer, entendeu? E eu me reservo no direito de ficar quieto e esperava que vocês respeitassem isto, mas eu vi que o <i>Profissão Repórter</i> não respeita.</p>	
<p>GL: Não é que não respeita. É que a gente tá ouvindo a acusação, muitas pessoas te acusaram das mortes e das cicatrizes (...)</p>	
<p>MC: As cicatrizes, eu já fui absolvido em mais de 25 processos, como nós dissemos lá no júri. Tá certo?</p>	
	<p>Caron se dirige ao cinegrafista.</p>
<p>MC: Você pode desligar a câmera, agora? Você pode desligar a câmera?</p>	
<p>Cinegrafista (não aparece): Fica tranqüilo.</p>	
<p>GL: É minha função vir até aqui.</p>	
<p>MC: E é minha função pedir que me respeite.</p>	
<p>GL: Tá bom. A gente não vai mais conversar. Tá tranqüilo.</p>	
<p>MC: Té logo (sic) e um abraço pra vocês.</p>	
<p>GL: Oi Caco!</p>	<p>Gabriela fala ao celular.</p>
<p>CB: Emocionante aí, pelo jeito.</p>	

<p>GL: É, então, a gente encontrou ele andando na rua e tentamos conversar, mas ele, realmente não quer dar uma entrevista.</p>	
<p>CB: Eu acho que é bacana. Mostra o nosso esforço para ouvir quando o outro lado é acusado.</p>	
<p>CB (off): Há 15 dias, Marcelo Caron foi condenado por usar um diploma falso de cirurgião plástico. Ele ainda será julgado pela morte de três pacientes.</p>	<p>Imagem do médico Marcelo Caron correndo com o cachorro se afastando da câmera.</p>

O que podemos notar com a narrativa exposta acima é que o programa justifica a sua estratégia de colocar o médico Marcelo Caron como vilão, através do desenvolvimento da sequência de perseguição a fim de conseguir uma entrevista, a uma necessidade de ouvir os dois lados. Quer passar a sensação de imparcialidade para o telespectador, ao mesmo tempo em que exibe as reações e respostas de Caron reforçando a posição do médico naquela narrativa. No entanto, quando Caco Barcellos pergunta à repórter se foi emocionante, ele expõe a estratégia do programa de querer colocar na tela a emoção causada pelo confronto entre os dois. A última fala de Barcellos, apresentada no fim do programa, reitera esta disposição do programa de colocar Caron como culpado.

Além do papel de vilão, os outros papéis de uma narrativa ficcional são utilizados no exemplo citado acima. Os jornalistas recebem a função de serem os mocinhos da história, aqueles que foram atrás do vilão a fim de confrontá-lo com os fatos narrados no julgamento. Todas estas nuances, reitero, estão dispostos através do discurso dos valores jornalísticos da objetividade, da necessidade de ouvir o outro lado que não fosse das vítimas.

Outro elemento que pode ser depreendido do trecho destacado acima é a importância que o jornalista Caco Barcellos recebe no endereçamento do programa. Além de todas as funções já elencadas nesta monografia, podemos observar nesta perseguição

realizada pela repórter Gabriela Lian uma influência da trajetória profissional de Barcellos no jornalismo investigativo. A todo o momento, ela utiliza elementos deste tipo de jornalismo para configurar a reportagem, foi atrás do endereço do médico no tribunal de Goiânia, depois foi até o condomínio do médico e só encerrou a sua busca após encontrá-lo. A própria terminologia frente de reportagem utilizada pelo programa e adotada por esta monografia retrata a idéia da busca incessante pela apuração da reportagem típica do jornalismo investigativo. Barcellos ainda tem a sua importância demonstrada com a ligação que a repórter faz a ele após entrevistar Caron. É o momento da prestação de contas ao editor, que justifica o procedimento que ali foi utilizado por sua repórter. É sobre a trajetória do jornalista Caco Barcellos que trata o tópico a seguir.

3.3 CACO BARCELLOS E AS DIVERSAS POSIÇÕES NO PROFISSÃO REPÓRTER

Como temos demonstrado nesta análise, o jornalista Caco Barcellos assume diversas posições no interior do *Profissão Repórter*. Ele foi o criador do programa, é editor, aquele a quem, por diversas vezes, os outros repórteres recorrem no desenvolvimento das reportagens, é apresentador, assumindo nesta condição uma posição de narrador onisciente e chefe como no trecho em que retratamos a perseguição do médico Marcelo Caron. Estas diversas posições de Caco Barcellos no interior do programa se devem, em boa medida, à sua trajetória dentro do campo jornalístico. Conforme os argumentos expostos pelo sociólogo Pierre Bourdieu, Barcellos possui reconhecimento dentro do campo e notoriedade em relação aos outros campos.

Uma mostra desta notoriedade, pelo menos em relação à audiência do programa, foi exposta na edição do dia 04 de novembro de 2008, em que eles abordaram a Vida no Porto. Um motorista de caminhão que estava descarregando no porto falou para Caco Barcellos que gosta dele e que assiste ao programa, numa clara estratégia do programa também em mostrar que tem reconhecimento por parte de quem assiste. A possibilidade de mostrar este telespectador do programa somente foi possível em um programa que afirma

mostrar os bastidores, não sendo possível em outro programa que faça um jornalismo tradicional.

Além das estratégias explícitas no programa como esta, a própria aposta do *Profissão Repórter* em edições como a do médico Caron mostram uma influência da trajetória do jornalista no perfil do programa. Barcellos é reconhecido como um jornalista que faz boas reportagens investigativas. Ele começou a se destacar realizando reportagens com temáticas relacionadas à violação dos Direitos Humanos na Ditadura Militar. No ano de 1995, o *Globo Repórter* exibiu uma reportagem em que Caco Barcellos identificou, num cemitério clandestino em São Paulo, os corpos de oito vítimas do regime militar, que haviam sido consideradas “desaparecidas”. A reportagem foi feita pelo jornalista dois anos antes junto com o editor Ernesto Rodrigues. A matéria ganhou um prêmio relacionado à defesa dos Direitos Humanos.

Ainda durante a sua passagem pelo *Globo Repórter*, Barcellos recebeu o prêmio Vladimir Herzog, oferecido pelo Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, por uma reportagem exibida ainda durante a sua passagem pelo *Globo Repórter*. Na matéria, Barcellos investigou o atentado ao Riocentro, ocorrido em 1981. Ouviu mais de 50 pessoas, inclusive testemunhas ignoradas pelas autoridades militares. Em 2001, mais um prêmio, agora o Líbero Badaró, promovido pela *Revista Imprensa*, pela série de reportagens sobre a guerra civil angolana exibida no Fantástico.

Além destas duas reportagens, Barcellos foi autor de dois livros ainda na linha de reportagem investigativa, o primeiro foi *Rota 66*, em que ele investigou, durante cinco anos, o esquadrão da morte que age na cidade de São Paulo. Ele mostra como é o sistema de extermínio e seus métodos de atuação e como o sistema incentiva esse tipo de ação. O outro foi o livro-reportagem *Abusado*, em que ele conta a vida de um traficante do Morro Dona Marta no Rio de Janeiro e fala sobre o tráfico de drogas nos morros cariocas. Cada livro rendeu a Barcellos um prêmio Jabuti, a principal premiação de literatura do Brasil. O segundo livro deu mais um prêmio Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos a Barcellos.

Estas premiações, principalmente os dois Vladimir Herzog, concedidos pelo Sindicato de Jornalistas de São Paulo, demonstram o reconhecimento que Barcellos tem no interior do campo jornalístico, colocando-o como um agente importante no meio

jornalístico e também no meio televisivo. Já o prêmio Jabuti concedido na categoria de não-reportagem denotam a notoriedade do jornalista citado. Barcellos é “a cara” do programa, nos termos de Itania Gomes para falar de mediador, ou seja, é o principal mediador daquele programa, assumindo as diversas posições citadas anteriormente.

Como dito no início desta análise, o destaque dado a Caco Barcellos na organização do programa é demonstrado inclusive na apresentação dos repórteres. Ele é o único jornalista do programa cujo nome aparece em uma legenda (Fig. 10 e 11), na mesma coloração e estilo da logomarca do programa. As duplas – compostas pelos jovens repórteres – responsáveis pelas outras frentes de reportagem são anunciadas por Caco Barcellos.



Fig. 10



Fig. 11

Já mostramos o desempenho de Barcellos como editor, repórter, narrador observador e apresentador. Agora, destacaremos uma passagem em que Barcellos assume a postura de narrador-personagem do relato dos bastidores, quando é repórter em uma das frentes de reportagem do programa exibido no dia 21 de abril de 2009, cujo título foi Barulho.

TEXTO	IMAGEM
Caco Barcellos (CB) (off): Sem o barulho dos carros, do vento, das vozes. É assim o mundo do agricultor que estamos a	Aparece uma imagem sem som de carros, ônibus e pessoas.

caminho de encontrar em Campinas, interior de São Paulo.	
CB pergunta para o agricultor acompanhado do irmão: Compreende o que a gente está falando?	Barcellos aparece na frente de uma casa onde estão dois homens.
CB (off) : Há nove anos, Wilson não ouve nada.	
O irmão tenta explicar o que Caco Barcellos está falando para Wilson.	
Caco ri, olha para a câmera e diz: Primeiro desafio que eu tenho de fazer uma entrevista assim.	

Ainda sobre Barcellos, temos que afirmar que ele é o único mediador do programa que se direciona para os telespectadores da maneira citada acima, como se estivesse, ao olhar para a câmera, estabelecendo um diálogo com eles. Os outros repórteres colocam os telespectadores como testemunhas da ação. A audiência está sempre acompanhando as suas ações ou dúvidas em relação ao processo de produção das reportagens, as passagens são feitas, na maioria das vezes, em movimento, reforçando esta condição dada a audiência de observadores da construção da reportagem. No caso de Caco Barcellos é como se a audiência fosse alguém com quem ele estivesse conversando. Outros momentos que reforçam este elemento podem ser observados no final do *Profissão Repórter*, quando Barcellos pede para que a audiência acesse o site, e no início das edições quando fala olhando diretamente para a câmera sobre o que serão as frentes de reportagem mostradas no programa.

Podemos já dizer, após retratar aqui a trajetória do jornalista Caco Barcellos e como ela é articulada pelo programa, que o endereçamento do programa como um local onde serão mostrados os bastidores da notícia se dá através da convocação desta trajetória e da posição conferida a ele no *Profissão Repórter*. No entanto, este lugar de Caco

Barcellos a frente do programa e na construção do endereçamento não estaria completo se não fosse a contraposição que ele recebe em relação aos chamados jovens repórteres. A todo o momento, Barcellos é posto como editor, apresentador e narrador principal do programa, o jornalista experiente que explica aos repórteres mais novos os elementos das reportagens e edita o que eles fizeram durante o processo de apuração. A posição do jornalista experiente é a posição séria, de condução, de domínio do código do jornalismo, do habitus – para utilizar um termo cunhado por Bourdieu – cabendo aos jovens jornalistas o espaço da experimentação, da emoção. Esta condição dos jovens repórteres vai ser mais bem explicada no tópico que se segue em que colocamos as trajetórias deles e as suas ações no interior do programa.

3.4 Os JOVENS REPÓRTERES

Um elo fundamental, como foi dito, para a construção dos discursos existentes no *Profissão Repórter* – o de mostrar os “bastidores da notícia e os desafios da reportagem” –, são os jovens repórteres, como são denominados os repórteres mais novos do programa pelo apresentador Caco Barcellos. Compõem a equipe de reportagem, nove repórteres: Caio Cavechini, Caroline Kleinubing, Felipe Gutierrez, Gabriela Lian, Júlia Bandeira, Mariane Salerno, Nathália Fernandes – que saiu na segunda temporada do programa –, Thaís Itaqui e Thiago Jock. Faz-se aqui necessário a utilização novamente do conceito de trajetória formulado por Bourdieu para entender qual a posição que estes mediadores ocupam na apresentação do programa.

Caio Cavechini é jornalista e documentarista. Foi convidado para participar do *Profissão Repórter* por seus documentários e divide-se entre as duas atividades. Com os documentários, participou de vários festivais de cinema no Brasil e no exterior. No site do programa, Cavechini é definido como uma pessoa que gosta de incertezas referentes às matérias, às entrevistas que podem ser respondidas de forma inesperada, sobre sua preferência pela atividade na redação ou na rua, fazendo as reportagens. Felipe Gutierrez é formado em Administração Pública pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e Jornalismo na Universidade Estadual de São Paulo (USP). De acordo com o site do programa, Gutierrez

ainda está se acostumando com a presença de câmeras em sua vida, preferindo ficar nos bastidores, analisando gráficos e estatísticas.

Gabriela Lian se formou em jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero e também cursa Letras na Universidade de São Paulo, em português e árabe. A repórter já fez parte das equipes de Galvão Bueno, do *Jornal Hoje* e da Globo News, possuindo, portanto, uma trajetória considerável dentro da Rede Globo. Júlia Bandeira é formada em jornalismo pela PUC-SP e continua seus estudos na área da comunicação. Já produziu e dirigiu um documentário sobre Chico Buarque e, durante dois anos, apresentou um programa na TV PUC. A repórter, entre outras atividades, fez teatro e dança.

Mariane Sarleno é jornalista formada pela Universidade Metodista. Trabalha na TV Globo desde 2002. Já produziu, editou e coordenou reportagens. Nathália Fernandes é formada em jornalismo na USP. Há três anos, é editora de texto da TV Globo. Estava na equipe do *Profissão Repórter* desde o primeiro programa, em que também foi repórter em algumas matérias, mas saiu antes do início da segunda temporada do programa.

Thaís Itaquí é formada em jornalismo pela Universidade Anhembi Morumbi. É definida pelo site do *Profissão Repórter* como alguém cuja vontade de ser jornalista surgiu da sua necessidade de justiça. Itaquí é voluntária de uma ONG e, ainda de acordo com o site, sempre pensou que, através do jornalismo, muitas realidades ainda pouco conhecidas pudessem ser contadas e desveladas para a sociedade. Thiago Jock, assim como Caio Cavechini, também é jornalista e documentarista.

Os dois repórteres que entraram mais recentemente no programa são Felipe Suhre, que é formado em jornalismo pela UniverCidade do Rio de Janeiro, e Caroline Kleinubing, recém-formada em jornalismo pelo Centro Universitário Franciscano. Segundo o site Memória Globo, Suhre possui pouca experiência em TV, mas sempre quis ser repórter por acreditar na importância de ouvir e contar histórias. Além disso, é formado como ator.

A maioria dos repórteres do programa é de São Paulo e entrou no *Profissão Repórter* após participarem do programa de estágio da TV Globo. A exceção a esta etapa do processo de escolha fica a cargo de Cavechini e Bandeira. Isto mostra um vínculo institucional do programa com a Rede Globo. Não é qualquer jovem repórter que participa do programa, mas aqueles que passaram pelo programa de estágio da TV. Cavechini e

Bandeira foram selecionados depois dos responsáveis pela formulação do programa terem visto documentários feitos por eles. Nas edições do dia 14 de outubro e 17 de novembro de 2008, os repórteres Gabriela Lian, Caio Cavechini e Júlia Bandeira, além das reportagens, assumiram a posição de edição e produção executiva.

Uma informação que precisa ser extraída da observação destas trajetórias é que nem todos os jovens repórteres são tão jovens quanto a idéia que o programa quer passar. A repórter Mariane Salerno já trabalha, na Globo, há sete anos, um tempo grande de experiência, tendo produzido, editado e coordenado reportagens naquela rede de televisão. Conforme será demonstrado no tópico a seguir, Salerno foi escolhida para acompanhar os candidatos a uma vaga no processo seletivo realizado pelo *Profissão Repórter* em 2009.

Na entrevista concedida ao jornal O Globo²⁰, o diretor do programa, Marcel Souto Maior, afirmou que um dos objetivos do programa é buscar gente nova, supostamente, com um olhar mais curioso do que um jornalista experiente. Este discurso serve para atribuir aos jovens repórteres uma posição de maior liberdade em relação à atividade desempenhada no programa. Além disto, são mostradas todas as reações dos jovens repórteres como se eles fossem mais um dos personagens, cuja história é o de envolvimento na produção das reportagens. Sobre o discurso de uma visão mais curiosa, a análise do programa nos permitiu ver outra coisa. Esta condição de pretensa liberdade e experimentação é contraposta ao papel desempenhado pelo jornalista Caco Barcellos, de jornalista experiente. É ele, por exemplo, que tem a palavra final. Na edição já citada sobre os transtornos alimentares, o voto dele foi o vencedor:

Caco Barcellos: *O meu voto é esse: a exposição da cicatriz, que é impressionante, cobrindo o rosto dela.*

Esta busca por gente nova justificaria a presença de uma repórter convidada por Marcel Souto Maior, na edição do dia 18 de novembro, cujo tema foi “Comida”. Naquela edição, a repórter Inara Chayamiti foi anunciada como a “convidada da semana” por Caco

20

http://oglobo.globo.com/cultura/revistadatv/mat/2008/11/14/conheca_os_bastidores_dos_bastidores_da_noticia_profissao_reporter_-586406138.asp

Barcellos e ficou a cargo dela a frente de reportagem que cobriu a realização de um jantar que reuniu *chefs* de cozinha de todas as partes do mundo. Nas vinte edições analisadas por esta monografia, houve apenas dois convidados. Uma foi Chayamiti e ficou nítido na tela que ela estava na posição de novata:

TEXTO	IMAGEM
Inara Chayamiti: Eu também tô perdida (diz a um rapaz). Tem muita gente, muitas câmeras.	Aparece a repórter Inara Chayamiti andando por um corredor.
Inara Chayamiti: Ai, esqueci de perguntar o nome dele. Ah, mas se está aqui é famoso.	Em outro trecho do programa.

As cenas de bastidor que mostram a repórter convidada serviram para demonstrar que ela não domina a linguagem de TV, não está acostumada com o ambiente do evento e esquece, inclusive, de perguntar o nome de uma fonte, sendo este mais um recurso para a construção do discurso do programa sobre o telespectador acompanhar o processo de produção da notícia. E, além disto, é utilizado para reforçar o discurso de que aquele é um espaço que serve de experimentação e de oportunidade para os repórteres mais novos.

O outro foi Renan Pinheiro, jornalista da TV Bahia, e convidado na edição do dia 12 de maio de 2009, em que foi ao ar a edição sobre Artistas da Noite. Pinheiro foi responsável por uma das frentes de reportagem em Salvador, onde teria como desafio mostrar artistas interessantes que ele encontra na rua da capital baiana, conjuntamente com o repórter Felipe Gutierrez, um dos responsáveis por uma das câmeras naquele dia.

TEXTO	IMAGEM

Caco Barcellos (CB) (off): Felipe Gutierrez foi até Salvador para encontrar nosso repórter convidado, o baiano Renan Pinheiro.	Aparece a imagem do repórter Felipe Gutierrez. Depois ele pergunta se o rapaz que aparece é o repórter Renan Pinheiro.
Renan Pinheiro para Felipe Gutierrez: Eu preciso posicionar meu microfone quando eu falo?	
CB: Renan mora em Salvador e conhece bem a cidade. O desafio dele será mostrar numa reportagem os artistas mais interessantes entre aqueles que vê sempre na rua.	

Diferentemente de Inara Chayamiti, a participação de Renan Pinheiro no programa não foi centrada em suas dificuldades em se posicionar perante a câmera, apesar deste questionamento inicial sobre onde colocar o microfone. O discurso utilizado para ele, por Caco Barcellos, foi de que ele conhece bem a cidade. No entanto, mais uma vez, não foi explicado o porquê de eles terem sido os jovens repórteres daquelas edições e nem o motivo de terem sido apenas dois em 20 programas analisados.

3.4.1 Os Jovens Repórteres Mais Jovens

Dentre os nove repórteres que compõem a equipe do *Profissão Repórter*, há dois deles que são os mais jovens de todos: Felipe Suhre e Caroline Kleinubing. Os dois entraram no programa na temporada 2009. Suhre entrou logo na primeira edição do programa tendo sido anunciado por Caco Barcellos durante a entrevista ao programa *Vídeo Show*. Kleinubing foi a ganhadora do processo seletivo empreendido pelo programa este ano. A condição de novatos dos dois é reforçada pelo programa. No primeiro

programa que foi ao ar, Desafios da Balança, Suhre é apresentado como novato desde o primeiro momento em que entrou na redação.

TEXTO	IMAGEM
Felipe Suhre (FS): Na outra? Ah, eu vou (...) Tá (sic), nessa aqui.	Aparece Suhre na redação. A imagem está em tom de azul.
FS: Estamos aqui no Profissão Repórter. Você me passa uma senha aqui ou? (...)	O rosto de Felipe Suhre aparece em close rindo. A cena ainda está azul. Depois, aparece uma close da mão dele mexendo no teclado do computador.
Caco Barcellos (CB) (off): Felipe Suhre é um jovem repórter que vive no Rio de Janeiro.	Aparece a imagem do jovem repórter em azul e laranja. Mesma estratégia de apresentação dos repórteres utilizada em todas as edições do programa.
Alguém fala: Ô Marcel (diretor do programa), esta foca vai ficar aqui?	
CB (off): Foca é o apelido dado ao jornalista em início de carreira. Felipe vai estrear hoje no <i>Profissão Repórter</i> .	Aparece outra imagem de Felipe Suhre.
FS ri: Pô, quer acabar comigo, é? Na primeira aparição, já com uma foquinha atrás.	
CB (off): Com a ajuda de Thaís Itaquí, Felipe começa a produção de sua primeira reportagem.	Aparece uma imagem da repórter Thaís Itaquí. Depois, aparece na tela de um computador da redação, uma busca na internet sobre bulimia.

Com a entrada em cena dos novatos, podemos ver ainda que há uma hierarquização entre os jovens repórteres. Suhre precisa da ajuda de Thaís Itaqi e esta ajuda é enunciada no programa, mostrando a sua condição de novato e a dela não tão novata, possuindo mais experiência do que ele, o que confere a ela uma posição intermediária entre o repórter experiente – Caco Barcellos – e o completamente novato. Afirmamos isto, porque todos eles realizam as suas frentes de reportagem em dupla, ou seja, também precisam de auxílio, mas isto não fica demarcado discursivamente na tela como ficou neste caso. Além disto, o fato de alguns deles como Júlia Bandeira assumirem, frequentemente, a posição de produção executiva do programa aponta para a existência de uma hierarquização destes jovens repórteres.

A realização das frentes de reportagem em dupla como foi citado no parágrafo anterior permite que seja repensado o papel dos mediadores na construção de um programa telejornalístico. Quando Caco Barcellos anuncia os repórteres, ele cita os que estarão na frente das câmeras e os que estarão manuseando as câmeras, conferindo, discursivamente, às duas atividades o mesmo peso na construção das reportagens, chamando a ambos de repórteres. Além disto, constantemente os repórteres que estão com a câmera aparecem na tela portando uma câmera menor, tendo sido filmados por outro cinegrafista que não é anunciado por Barcellos.

A aparição dos repórteres com as câmeras, que são do tipo mini-DV, não se tratando, portanto, de uma câmera profissional – a distinção entre o cinegrafista com a câmera profissional e o outro fica evidente com a qualidade da imagem mostrada –, destaca neste programa o papel que os cinegrafistas possuem nos bastidores da produção das reportagens televisivas. Além disto, as diferentes qualidades de imagem são uma estratégia utilizada pelo programa para ressaltar a condição de bastidores, de apresentar o *making of*, e estabelece como pacto do programa sobre o papel do jornalismo uma relação com a transparência, ao mostrar aquilo que está sendo feito para a audiência; com a autenticidade do trabalho dos repórteres e com a construção da veracidade daquilo que está sendo mostrado.

Os repórteres com as câmeras interagem com os jornalistas na frente das câmeras, com as fontes e ainda debatem o rumo das reportagens, como pudemos ver na discussão

sobre a exibição da cicatriz, em que Gutierrez, responsável pela câmera, e Gabriela Lian, responsável pelo microfone, discutiram qual deveria ser o tratamento dado àquela imagem. Este enquadramento do cinegrafista pelo programa permite que consideremos mediador como propõe Itania Gomes para além da observação dos repórteres. Outro exemplo do papel dos cinegrafistas fica evidente no trecho a seguir, retirado da edição do dia 02 de dezembro de 2008, em que as equipes de reportagem fizeram a cobertura das enchentes em Santa Catarina.

TEXTO	IMAGEM
Thaís Itaquí (TI): Vamo por aqui ó (sic). No estacionamento do supermercado, uma cena chocante. A primeira das muitas que encontraríamos.	São mostradas imagens de pessoas saqueando um supermercado após o alagamento da cidade. (A imagem é cortada).
TI: O que é que é isso, Mikael?	Pessoas andando no meio de uma água barrenta cheia de produtos e sacos de supermercado. A repórter Thaís Itaquí chora.
	A reportagem prossegue com Itaquí entrevistando as pessoas que estavam levando produtos do supermercado.
TI: É a coisa mais impressionante que eu já vi em minha vida. É chocante, chocante. (...)	Fox dá um close de perfil em Itaquí. Ela continua andando e passa a ser filmada de costas.
TI: Para só um pouquinho.	Itaquí chora. Fox continua filmando o choro dela e o supermercado sendo saqueado.
TI: O repórter Mikael Fox continua	Fox continua a mostrar as pessoas pegando

registrando tudo que vê. (...)	os produtos no chão. Aparece uma imagem de Thaís Itaquí entrevistando um homem, chorando.
TI: Aqui, Mikael, este rapaz procurando algum objeto que possa se salvar, dentro do supermercado. É uma situação muito, muito triste. (...)	Fox mostra o rapaz procurando o objeto e aproxima-se da imagem.
Mikael Fox (sem aparecer na tela): Você já tinha visto isso?	
TI: Nunca. Nunca. Você já tinha visto isso?	A imagem da repórter é apagada após a pergunta e é mostrada mais uma cena de pessoas pegando produtos do supermercado no chão.

A outra novata só apareceu no *Profissão Repórter* na sétima edição do programa na temporada 2009, com título de Vida de Bombeiro. Caroline Kleinubing foi a ganhadora de um processo seletivo que teve início no primeiro programa do ano. A seleção foi anunciada durante a entrevista concedida por Caco Barcellos ao *Vídeo Show*, anteriormente citada nesta análise. Marcel Souto Maior, diretor do programa, afirmou que as inscrições seriam abertas naquele dia e que eles dariam oportunidade para repórteres formados em 2007 e 2008.

Em todas as edições antes de chegar à edição citada acima, Barcellos antes de encerrar o programa chamava a atenção da audiência para o processo seletivo. No primeiro programa, anunciou que as inscrições estavam abertas na internet. No segundo programa, informou que os interessados tinham até a outra semana para se inscrever. No programa de número quatro, disse que 30 candidatos haviam sido classificados, após a avaliação dos vídeos que haviam sido enviados. No quinto programa, Barcellos afirmou que eles já tinham os semi-finalistas. No sexto, ele disse que os três teriam que gravar uma reportagem nas ruas de São Paulo. Reportagem esta exibida na edição de número sete.

Estas reiteradas falas de Barcellos serviram para atualizar a audiência sobre o processo seletivo que estava em curso no programa e também para ir criando uma expectativa em relação ao desfecho. Além disto, conferiu relativa transparência ao processo seletivo permitindo que os telespectadores assistissem às diferentes etapas do processo de seleção.

Acreditamos ainda que esta idéia de mostrar a escolha de um repórter no programa o aproxima de alguns *realities shows*, cujo prêmio é um emprego. *O Aprendiz*, *reality* exibido pela Rede Record no mesmo horário do *Profissão Repórter* é um exemplo de programa que dá uma vaga em uma das empresas do publicitário Roberto Justus, propiciando o contexto televisivo ideal para que esta idéia fosse colocada em prática. O fato dos dois ocuparem o mesmo horário da grade televisiva, um na Rede Record de Televisão e outro na Rede Globo, fortalece esta noção da relação entre um produto e outro. E, assim como no *O Aprendiz*, a escolha coube à produção do programa. Assim, um programa jornalístico, no caso aqui analisado, o *Profissão Repórter* utiliza mais um recurso encontrado facilmente em um programa do campo do entretenimento, articulando-o à necessidade de informar sobre o processo seletivo.

Outro ponto que aproxima os dois programas é o fato de que os candidatos a uma vaga tanto em um quanto no outro são jovens, permitindo inferir, junto com o fato da abertura se assemelhar a um videoclipe, o quadro de repórteres ser formado por jovens oriundos do programa *trainee* da rede de televisão, a utilização recorrente de termos coloquiais tais como “vamo lá”, e ainda ter o apresentador Caco Barcellos como uma espécie de editor-professor, que o programa quer se endereçar a uma audiência formada prioritariamente por jovens.

Agora, explicaremos como foi a edição que mostrou o processo seletivo. Os candidatos a uma vaga de repórter integrante do *Profissão Repórter*, para não fugir ao esquema formulado pelo programa, foram anunciados por Caco Barcellos. Eles foram sendo mostrados um a um entrando na redação do programa.

TEXTO	IMAGEM
Caco Barcellos (CB) (off): A seleção do nosso novo repórter chega ao fim. O	Imagens dos três candidatos fazendo a

programa de hoje é a prova final. São três candidatos na disputa para uma vaga.	reportagem.
Uma voz feminina fala: Ó, o pessoal (sic).	Na redação-estúdio, um rapaz entra. Ele entra primeiro, depois uma mulher. Eles são recepcionados.
CB (off): Bruno tem 23 anos e mora em Cascadura, zona norte do Rio.	Aparece uma imagem de Bruno usando o computador da redação.
Uma voz feminina fala para uma candidata: Este aqui é o Wellington.	
A candidata (Caroline Kleinubing): Oi Wellington! Prazer.	
CB (off): Caroline, 22 anos, veio de Santa Maria, interior do Rio Grande do Sul.	Imagens da chegada dela na redação.
CB (off): Suellen é paranaense e mora em Maringá. Tem 22 anos. (...)	Aparece uma imagem de outra candidata conversando com Felipe Suhre.
CB (off): A repórter Mariane Salerno e o cinegrafista Mikael Fox vão trabalhar com os três candidatos.	Salerno foi a responsável pelas imagens feitas com a mini-DV e Fox pela câmera profissional.
Bruno: Então, eu vou agora?	
Mariane Salerno para Caroline Kleinubing: O Caco te falou que você pode usar a estrutura toda da TV, o que você precisar?	
Caroline: Vamo lá (sic).	
CB (off): Quem tiver o melhor desempenho na frente e atrás das câmeras	

<p>será o novo integrante da nossa equipe. O ponto de partida é o mesmo para os três: uma entrevista com o chefe de comunicação dos bombeiros.</p>	
--	--

Vimos mais uma vez, neste trecho, Caco Barcellos assumindo a posição de narrador principal e onisciente, explicando as regras do jogo, e os personagens sendo apresentados, inclusive com o que o programa espera daquele que vai ganhar o processo seletivo. O discurso da repórter Mariane Salerno sobre a estrutura da TV recorre à competência técnica tão preconizada e defendida na história da Rede Globo através do chamado Padrão Globo de Qualidade para dizer que ela está disponível para que os candidatos possam fazer as suas reportagens sem problemas.

No decorrer desta edição, foram sendo mostrados trechos das reportagens de todos os candidatos, os três agrupados na mesma frente de reportagem. Mais duas duplas de repórteres foram responsáveis pelas outras duas frentes: Caio Cavechini e Thiago Jock em uma e Júlia Bandeira e Felipe Suhre em outra. O programa sempre se organiza em três frentes de reportagem sobre o tema escolhido para aquela semana. No final do primeiro bloco desta edição, o suspense:

TEXTO	IMAGEM
<p>Caco Barcellos (CB): No próximo bloco, o reencontro de Eduardo com os bombeiros que salvaram a sua vida e também quem será o novo integrante do Profissão Repórter.</p>	
	<p>O programa retorna com uma reportagem</p>

	de Júlia Bandeira e depois Caco Barcellos dá o resultado do processo seletivo, terminando com o suspense que havia sido iniciado no bloco anterior.
CB (off): (1) Vocês chegaram sem conhecer a cidade para fazer uma reportagem, eu acho que complicada, porque o trânsito (2) é complicado para todo mundo em São Paulo. (3) Imagino para quem é de fora. Todo mundo teve um bom desempenho (4), mas o seu desempenho foi o melhor.	(1) Começa com Caco Barcellos em off. (2) Barcellos aparece na redação-estúdio. (3) Até o momento não mostrou com quem Caco Barcellos está falando. (4) Neste momento, Caroline Kleinubing aparece na tela.
CB: Então, era essa notícia que eu queria te dar. Recebi a missão, e você é a nova integrante. Você faz parte agora da nossa equipe.	
	Caroline chora.

Mais uma vez o programa utiliza o modo de comunicação do *storytelling*, desta vez para relatar o processo seletivo do mais novo repórter integrante do produto televisivo aqui analisado. O telespectador acompanhou todo o desenvolvimento da realização das reportagens pelos repórteres-candidatos – as histórias contadas pelos três foram sendo mostradas compondo uma das frentes do programa –, teve a atenção retida quando foi dado o clímax – antes do intervalo comercial – e assistiu ao desfecho: a escolha de Caroline Kleinubing.

3.5 PROFISSÃO REPÓRTER E A INTERNET

Itania Gomes em seu artigo *O Infotainment na Televisão* aponta para um posicionamento de alguns teóricos da comunicação que afirmam que a articulação entre diferentes meios, incluindo aí a utilização de meios pós-massivos, parece ser uma das características dos programas que articulam os campos da informação e do entretenimento. Consideramos que o *Profissão Repórter* é um destes programas que utilizam de forma recorrente a internet como ferramenta no relacionamento com a sua audiência. Se em alguns telejornais, como o Jornal Nacional, esta relação é tímida, o oposto é encontrado no programa aqui analisado. O site do programa²¹ é anunciado por Caco Barcellos no final de toda edição, quando ele aparece em três quadros no canto direito da tela (Fig. 12 e 13). Ele sempre diz: “E o Profissão Repórter não termina aqui”, convocando a audiência a continuar observando o programa no meio digital.



Fig. 12



Fig. 13

Além disto, Barcellos costuma anunciar que haverá um *chat* com os repórteres ou com especialistas no site²² do programa. Já, no site, podemos ver uma busca do programa em estreitar ainda mais, os laços com a audiência, tornando-os participantes do programa em alguma medida. São pedidas fotos dos internautas, sugestões de personagens e até anunciados desdobramentos de histórias contadas no programa. Um exemplo foi o caso de uma menina, mostrada em uma edição que não faz parte deste corpus, cuja mãe perdeu a sua guarda. A menina havia sido adotada por uma senhora, mas houve uma decisão

²¹ <http://profissaoreporter.globo.com>

²² Aqui fazemos uma ressalva. Apesar de Caco Barcellos afirmar que é um site e nós adotarmos esta terminologia por ser mais reconhecível e não nos aprofundarmos neste debate, o site aproxima-se da concepção de um micro portal. Segundo a doutora em comunicação Suzana Barbosa (2002), o micro portal, apesar de ser patrocinado pelo portal básico, no caso aqui analisado, a Globo.com, devendo a ele a sua criação, funciona mais como uma página pessoal. Esta particularidade acaba aproximando mais o site do programa com a sua audiência.

judicial retornando a guarda da menina para a mãe. Esta decisão judicial somente apareceu no site do programa.

Outro exemplo de utilização da internet foi dado no processo seletivo para a escolha do novo integrante. Na mesma entrevista dada ao *Vídeo Show*, o diretor do programa, Marcel Souto Maior, explicou que as inscrições do processo seletivo aconteceriam na internet. Lá, foram disponibilizadas as regras para participar e para onde deveriam ser enviados os vídeos. Além disto, os vídeos dos 30 semifinalistas foram disponibilizados naquele local e não na TV. Depois, os vídeos dos três finalistas e, por fim, o vídeo de treinamento de Caroline Kleinubing, a vencedora do processo seletivo.

No site do programa, são disponibilizados depoimentos dos repórteres sobre as reportagens exibidas na TV, são pedidas colaborações de personagens para os programas e informações adicionais sobre as edições já apresentadas no meio televisivo. Na observação dos dois meios, no entanto, não observamos uma das promessas feitas pelo programa na definição oferecida pelo site Memória Globo. Lá consta que um dos objetivos do *Profissão Repórter* é mostrar os bastidores, inclusive o processo de edição e discussão de pauta. No corpus analisado, não há nenhuma reunião de discussão de pauta. Apesar desta ressalva, entendemos que esta utilização do meio digital pelo programa aponta para o contexto sócio-econômico indicado por Gomes, I (2009) na configuração do *infotainment* nos dias atuais.

3.6 O MODO DE ENDEREÇAMENTO DO PROFESSÃO REPÓRTER

Após a observação dos modos de comunicação do programa, as trajetórias dos mediadores e de sua utilização do meio digital, acreditamos ser necessário sintetizar todas estas características a fim de definir o modo de endereçamento do programa. Em primeiro lugar, há que se destacar que, no *Profissão Repórter*, os jornalistas são repórteres e personagens, como podemos observar na reportagem em que Júlia Bandeira relata o resgate do menino Eduardo Pereira, assumindo esta dupla função. Ela cumpre o papel de repórter, na frente de reportagem, ao mostrar o processo seletivo dos guarda-vidas,

informando como ele acontece, mas também, se mostra como personagem ao chorar e ao afirmar que a história daquele menino havia marcado o início de sua carreira.

Além disto, acreditamos que ao colocar Caco Barcellos como narrador principal das histórias, o repórter experiente que tem o voto final, o programa convoca toda a trajetória de reconhecimento e notoriedade deste jornalista no interior do campo profissional ao qual está vinculado e, na relação deste com a sociedade, para estabelecer o pacto sobre o papel do jornalismo ali executado através do reforço de um dos valores configuradores deste campo que é a veracidade estabelecida através da credibilidade do mesmo. Outros valores do pacto como objetividade e imparcialidade também são requisitados pelo programa, sendo reforçados estrategicamente através de dispositivos discursivos e audiovisuais como na edição em que a repórter Gabriela Lian foi atrás do médico Marcelo Caron. O programa ainda, através das suas escolhas temáticas, relaciona-se com os valores do interesse público e de jornalismo como serviço quando apresenta, no encadeamento das histórias, as presenças de médicos e especialistas como na edição sobre transtornos alimentares.

Por fim, acreditamos que mais um elemento necessário para o entendimento da forma em que se dá o modo de endereçamento do *Profissão Repórter* se dá no contexto comunicativo em que o telespectador é inserido. Neste quesito em especial, achamos importante mostrar que a audiência do programa assume, principalmente, duas posições no contexto comunicativo. Em um dado momento, ela é a testemunha das histórias que ali estão sendo mostradas, mesmo que, em nenhum momento, os repórteres falem diretamente para os telespectadores utilizando pronomes pessoais, tais como “você”. Ao mostrar os bastidores do processo de produção das reportagens, as reações dos repórteres e das fontes, a audiência é convidada a assistir todas aquelas etapas, a compartilhar as emoções com os repórteres e com os personagens ali mostrados. Em outro momento, os telespectadores são convidados diretamente para participar do programa, nem que seja em outro meio, no caso a internet. Em todas as edições analisadas, o principal mediador do programa, Caco Barcellos, faz esta convocação dizendo que o programa não termina naquele momento e que ele continua na internet. Nesta hora, Barcellos se direciona diretamente para a audiência olhando para a câmera e utilizando o pronome “você”. Na internet, os telespectadores podem comentar as edições dos programas, participar com sugestões de personagens, acompanhar o desenvolvimento de algumas histórias contadas

no programa, participar de *chats* com especialistas, saber de mais bastidores das reportagens que não foram mostrados durante a edição exibida na TV. É como se, naquele espaço, para além da função de testemunhas das histórias, eles fossem posicionados como participantes daquelas histórias.

Através da observação dos operadores de análise, dos modos de comunicação e do uso da internet pelo *Profissão Repórter*, entendemos que o programa se endereça aos seus telespectadores como um programa que fala sobre jornalismo, tendo Caco Barcellos o seu principal elemento configurador e cuja posição, construída em contraposição aos jovens repórteres, é utilizada para explicar o processo de construção das reportagens. O argumento dali serem mostrados os bastidores da notícia e os desafios da reportagem se articula com esta função adotada por Barcellos e a equipe de reportagem do programa. A sua trajetória no jornalismo investigativo influencia o programa através da utilização do termo “frentes de reportagem”, a busca dos dois lados da história mesmo quando elas não querem depor, e o fato dele ser o jornalista experiente o credencia a assumir todas as funções diversas que ele possui no programa: apresentador, editor, professor, repórter e narrador principal.

Aos jovens repórteres, é dado o lugar do inexperiente, aquele que ousa, que quer aprender, que não possui ainda a perícia técnica do experiente. Todas as estratégias utilizadas, para além das histórias contadas, têm como objetivo possibilitar ao telespectador acessar o processo de construção das reportagens. Podemos afirmar, após todas as considerações feitas no percurso analítico desta monografia, 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, com Barcellos sendo a figura que assume, retoricamente, a posição do sujeito que explica para os telespectadores os bastidores e os desafios de se fazer uma reportagem na televisão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o que aqui foi exposto, podemos ver que o jornalismo está em torno de uma disputa discursiva entre agentes participantes do seu campo. De um lado, há aqueles que consideram que o jornalismo deveria servir para a construção de uma esfera pública nos termos concebidos por Habermas. De outro lado, há aqueles que defendem uma visão sobre o jornalismo, considerando-o em relação aos seus contextos, ampliando a sua finalidade e compreendendo que ele relata acontecimentos da vida cotidiana. A presente monografia está filiada a esta segunda perspectiva e propõe uma análise a partir da proposta teórico-metodológica do modo de endereçamento, formulada por Itania Gomes, entendendo que o telejornalismo é uma instituição social e uma forma cultural.

A proposta teórico-metodológica citada anteriormente nos permitiu olhar o programa no conjunto, a partir dos operadores de análise propostos por I. Gomes. No entanto, no processo de análise do programa, outras ferramentas analíticas tornaram-se necessárias tanto para a própria compreensão do modo de endereçamento do *Profissão Repórter* quanto para pensar a sua articulação com o *infotainment*. Acreditamos que desta necessidade decorreu a utilização da proposta analítica do professor Mats Ekström em ver o telejornalismo a partir de três modos de comunicação.

Conforme demonstrado, chegamos à conclusão, com a observação dos diversos operadores de análise e os modos de comunicação do *Profissão Repórter*, que ele se constrói como um programa jornalístico que se endereça ao seu público como um programa que exhibe os bastidores do processo de construção das notícias, a sua auto-reflexividade. Esta condição é estabelecida a partir do jornalista Caco Barcellos, que é colocado na posição de fiador desta proposta, sendo o sujeito que articula as diferentes estratégias para a o estabelecimento deste endereçamento. Dentre as estratégias utilizadas, destacam-se, prioritariamente, as do *storytelling*. Há ali o narrador principal e onisciente, Caco Barcellos, que, também assume a postura de repórter, editor, chefe e professor, os narradores-personagem – os repórteres jovens e inexperientes –, os personagens-fontes, o clímax e o desfecho. Esta articulação entre os modos de endereçamento e os modos de

comunicação uma das contribuições da presente monografia ao Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo.

Apesar de utilizar diversas estratégias que os diferenciam dos demais programas existentes na grade televisiva, o *Profissão Repórter* precisa negociar com os valores simbólicos que são partilhados entre os produtores e a audiência. Outra razão para não haver uma ruptura é que o programa está inserido na programação da Rede Globo, marcada pela regularidade de sua grade e uma pista importante neste sentido, é a relação do *Profissão Repórter* com programas que possuem mais de 30 anos: o *Fantástico* e o *Globo Repórter*.

Além disto, outro conceito aqui utilizado na análise, o de trajetória, formulado pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu, nos permitiu observar como o percurso profissional de um dado agente participa do endereçamento de um programa. O conceito nos permitiu ver a importância que o mediador adquire através de seu reconhecimento no interior do campo e de sua notoriedade na relação com a sociedade e nos permitiu notar como este percurso profissional colabora com a construção do pacto que o programa faz sobre o papel do jornalismo.

Acreditamos ser esta mais uma contribuição para o grupo anteriormente citado e para o campo da comunicação, ao mostrar que, a partir de características dadas no programa, a trajetória de um mediador participa do endereçamento deste programa. Já a observação das trajetórias dos jovens repórteres nos permitiu problematizar a própria noção de jovens repórteres, pois fazem parte da equipe de reportagem repórteres que já atuam na área há um tempo bastante razoável e que ocuparam diversas funções em etapas diferentes da produção da notícia. Eles, como elemento discursivo, permitem que o programa construa uma contraposição em que Barcellos assume o lugar do jornalista experiente e eles os dos jovens aprendizes. No caso específico do programa aqui analisado, a trajetória do principal mediador permitiu entender ainda as diversas estratégias utilizadas pelo programa, principalmente aquelas relacionadas com o jornalismo investigativo.

Por fim, ao oferecer uma nova visão sobre a relação do entretenimento com o campo da informação, esperamos que esta monografia possa contribuir para o fortalecimento de um ponto de vista positivo sobre o *infotainment* no campo teórico da

comunicação. Esperamos ter demonstrado que o fato do programa ter apostado prioritariamente no modo de comunicação *storytelling* não interdita o aspecto informativo daquela atração midiática. Nem tampouco acreditamos que, ao contar uma história, ele deixe de informar através da própria história que está sendo contada. Em um processo bidirecional informa entretendo. Ao falar sobre o *infotainment*, não se pode deixar de pensar que a articulação da informação com o entretenimento, como dito no início desta monografia, é uma realidade notável no campo televisivo. Sendo, muitas vezes, uma estratégia utilizada na construção do discurso de programas jornalísticos, como o *Profissão Repórter*. Acreditamos, inclusive, que esta articulação pode ser vista inclusive em programas vinculados a um jornalismo mais sério, como, por exemplo, o *Jornal Nacional*, que não tem se isentado em utilizar aspectos do entretenimento na construção de suas reportagens.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. **A Indústria Cultural** in ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. *A Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, [1968] 1985, 287-295;

_____. **Televisão, Consciência e indústria cultural** in ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. *A Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985, 346-353;

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital e a Informação de Proximidade: O caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia**. Dissertação de mestrado apresentada ao programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador: 2002;

BARCELLOS, Caco. Caco Barcellos fala sobre o 'Profissão repórter' e faz revelações. **O Globo**. Disponível em:

<http://oglobo.globo.com/cultura/revistadatv/mat/2008/08/08/caco_barcellos_fala_sobre_profissao_reporter_faz_revelacoes-547639864.asp>. Acesso em 12 de abril de 2009;

_____. Caco Barcellos fala sobre a evolução do 'Profissão Repórter'. **Blog de Patrícia Kogut**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/kogut/posts/2008/07/20/caco-barcellos-fala-sobre-evolucao-do-profissao-reporter-114701.asp>>. Acesso em 12 de abril de 2009;

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica** in LIMA, Luiz Costa (Org.). *Teoria da Cultura de Massa*, 3ª. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, [1936] 1982, 209-240;

BORELLI, Silvia H. S.; PRIOLLI, Gabriel (coords.). **A Deusa Ferida: Por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência**. São Paulo: Summus, 2000;

BOURDIEU, Pierre. **Razones Prácticas: Sobre la teoría de la acción**. Barcelona: Letra E, 1997;

_____. **On Television**. Nova York: The New Press, 1998;

_____. **The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field** in BENSON, Rodney & NEVEU, Erik. *Bourdieu and the journalistic field*. Londres: Polity Press, 2005, 29-47;

DAHLGREN, Peter. **Introduction (Journalism as popular culture)** in DAHLGREN, Peter & SPARKS, Colin. *Journalism and Popular Culture*. Londres: Sage, 2000, 1-23;

EKSTRÖM, Mats. **Information, Storytelling and attraction: TV journalism in three modes of communication**. SAGE Publications, 2000. Disponível em: <<http://mcs.sagepub.com>>. Acesso em janeiro de 2008;

FOLHA ONLINE. Coluna Ilustrada. **Final do "BBB 9" perde em audiência e número de votos**. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/coluna/ilustrada/ult90u546960.shtml>>. Acesso em 30 de setembro de 2009;

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 de (Orgs.). Em torno das Mídias. Sulinas, 2008;

_____. **O Infotainment na Televisão**. Trabalho apresentado ao Grupo de Mídia e Entretenimento do XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG. Belo Horizonte: 2009;

_____. **O Que é o Popular no Jornalismo Popular** in FREIRE FILHO, João; GRANJA COUTINHO, Eduardo; e PAIVA, Raquel (orgs.). Mídia e Poder: Ideologia, Discurso e Subjetividade. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2008;

_____. Questões de Método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. **E-Compós**, vol.8, 2007;

_____ & GUTTMAN, Juliana & SANTOS, Thiago. Eles está à solta, mas nós estamos correndo atrás. Jornalismo e Entretenimento no Custe o Que Custar. **E-Compós**, vol.11, nº 2, 2008;

GOMES, Wilson. **Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa**. São Paulo: Paulus, 2004;

_____. **Capital Social, Democracia e Televisão em Robert Putnam** in GOMES, Wilson & MAIA, Rousiley. Comunicação e democracia: Problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008, 221-274;

HUGHES, Marília. **O Modo de Endereçamento do Globo Repórter**. Uma análise a partir de três períodos historicamente distintos. Dissertação de mestrado apresentada ao programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador: 2009;

JACOBS, Ronald N. **On Television, and the Death of News (and why I am not in mourning)**, paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association, San Francisco, Califórnia, August, 2004. Disponível em: <www.allacademic.com/p108476_index.html>. Acesso em 10 de setembro de 2009;

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social**. in SOUZA, Mauro Wilton de. Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, [1991]1995, 39-67;

_____. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003, 11-21.

MEMÓRIA GLOBO. Site de armazenagem de informações referentes à Rede Globo. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com>>. Acesso em 12 de abril de 2009;

MENDONÇA, Olívia. Conheça os bastidores dos bastidores da notícia: o 'Profissão repórter'. **O Globo**. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/revistadatv/mat/2008/11/14/conheca_os_bastidores_dos_bastidores_da_noticia_profissao_reporter_-586406138.asp>. Acesso em 12 de abril de 2009;

MITTEL, Jason. **A Cultural Approach to Television Genre Theory** in EDGERTON, Gary R. & ROSE, Brian G. Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader. The University Press of Kentucky, [2001]2005, 3-22;

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**: Cultura Brasileira e Indústria Cultural. São Paulo: Brasiliense, 1988;

PORTO, Mauro. **TV news and political change in Brazil**: The impact of democratization on TV Globo's journalism. Londres: Sage, 2007, 363-384;

PROFISSÃO REPÓRTER. Site do programa. Disponível em <<http://profissaoreporter.globo.com>>. Acesso em 12 de abril de 2009;

RAUBER, Jaime. **A Ética do Discurso de Habermas** in RAUBER, Jaime. O Problema da Universalização em Ética. Porto Alegre: Edipucrs, 1999, 57-72;

SHUSTERMAN, Richard. Entertainment: A question of Aesthetics. **British Journal of Aesthetics**, vol 43, nº3, July 2003, 289-307;

SILVA, Fernanda Maurício da. Talk show: um gênero televisivo entre o jornalismo e o entretenimento. **E-Compós**, vol.12, 2009;

STOCKWELL, Stephen. **Reconsidering the Fourth Estate**: the functions of infotainment, paper presented at the annual meeting of the Australian Political Studies Association, University of Adelaide, set-oct 2004. Disponível em: <www.adelaide.edu.au/apsa/docs_papers/Others/Stockwell.pdf>. Acesso em 17 de julho de 2009;

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura** (Trad. De Waltensir Dutra). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, [1971]1979

ANEXO

Edições analisadas do *Profissão Repórter*:

- Círio de Nazaré: 14/10/08
- Cegos: Lutas e Conquistas: 21/10/08
- Vida de Fã: 28/10/08
- A Vida no Porto: 04/11/08
- Domésticas: 11/11/08
- Comida: 18/11/08
- Dia de Julgamento: 25/11/08
- Tragédia em Santa Catarina: 02/12/08
- Dia de Casamento: 09/12/08
- Santa Catarina: o Difícil Recomeço: 16/12/08
- Desafios da Balança: 14/04/09
- Barulho: 21/04/09
- Luta por Emprego: 28/04/09
- Chaves de Casa: 05/05/09
- Artistas da Noite: 12/05/09
- Escola de Periferia: 19/05/09
- Vida de Bombeiro: 26/05/09
- Riscos da Vaidade: 02/06/09
- Os Isolados: 09/06/09
- Um Ano de Lei Seca: 16/06/09

OBS¹: A edição Vida de Fã foi retirada do site após a redação desta monografia e, por isto, não está nos DVDs com as edições dos programas aqui analisados.

OBS²: Por problemas técnicos com os DVDs, priorizamos a gravação das cópias para a banca das edições citadas na presente monografia.