

Maria Paula Schmidt Carvalho

Caravanas da Identidade
Um estudo de recepção sobre as representações feitas
pela Caravana JN - por dentro da maior reportagem do
Brasil e perto dos brasileiros

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Orientador: Professor Doutor Leonel Aguiar

Rio de Janeiro
Dezembro de 2008

Maria Paula Schmidt Carvalho

**Caravanas da Identidade
Um estudo de recepção sobre as representações feitas
pela Caravana JN - por dentro da maior reportagem do
Brasil e perto dos brasileiros**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social do Departamento de Comunicação Social do Centro de Ciências Sociais da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo Assinada.

Prof. Leonel Azevedo de Aguiar

Programa de Pós-graduação em Comunicação Social - PUC-Rio
Orientador

Prof. Felipe Pena de Oliveira

Programas de Pós Graduação em Comunicação Social – UFF

Prof. José Carlos Souza Rodrigues

Programa de Pós-graduação em Comunicação Social - PUC-Rio

Prof. Nizar Messari

Vice-Decano de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro
17 de dezembro de 2008

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Maria Paula Schmidt Carvalho

Jornalista graduada pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, em dezembro de 1996. Há oito anos atua como repórter da TV Globo do Rio de Janeiro. Antes trabalhou na produção, edição e apresentação de programas da RBS TV e da TV Com, de Porto Alegre e da TVE (Fundação Cultural Piratini – Rádio e Televisão Educativa- Rio Grande do Sul).

Ficha Catalográfica

Carvalho, Maria Paula Schmidt

Caravanas da identidade : um estudo de recepção sobre as representações feitas pela Caravana JN : por dentro da maior reportagem do Brasil e perto dos brasileiros / Maria Paula Schmidt Carvalho ; orientador: Leonel Aguiar – 2008.

314 f. : il. (color.) ; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Telejornalismo. 3. Redes de comunicação. 4. Identidade. 5. Tecnologia. I. Aguiar, Leonel. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Agradecimentos

Agradeço, inicialmente, aos professores da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, que desde o início acreditaram no potencial de reflexão constante nesta proposta de estudo. Como bolsista da PUC-Rio, agradeço pela oportunidade de retornar ao seio acadêmico, onde iniciei minha carreira de jornalista, há mais de uma década. A entrada num curso de pós-graduação abre portas para o conhecimento, descortina o novo, por meio de descobertas e infinitas possibilidades.

Também agradeço a todos aqueles que, ao longo do processo, levantaram questionamentos, apontaram visões diferentes, ampliando o leque de análises e o contexto geral em que foi desenvolvido este trabalho. Em especial, obrigada ao professor doutor Leonel Aguiar, orientador desta pesquisa, pela paciência, clareza e honestidade comigo, sem as quais ela não poderia ter sido realizada.

Em especial, obrigada a todos os brasileiros que concordaram em dar suas opiniões para a realização da pesquisa de campo e às prefeituras das cidades visitadas.

Agradeço, ainda, aos meus familiares e amigos, pela total confiança em minha capacidade de conclusão de mais este desafio, o que serviu de grande estímulo em cada etapa do processo. Afinal, aqueles que amamos dividem conosco a ansiedade, as cargas emocional e física desse momento tão marcante da vida acadêmica: a realização de um curso de mestrado. Agradeço aos meus pais João Claudio e Berenice Carvalho, aos meus irmãos Rodrigo e Patrícia e aos primos Cláudio e Ronaldo, pelo apoio logístico, tão importante, em nossa etapa da viagem pelo Rio Grande do Sul. Obrigada também aos colegas da RBS TV.

Neste momento especial, agradeço também aos meus colegas de aula, funcionários da Universidade e a todos os professores da PUC-Rio, com os quais aprendi nesses dois anos e meio de convívio. Ao Instituto de Opinião Pública e Estatística, pelos dados concedidos.

Obrigada, também, à diretoria, aos parceiros de trabalho e aos amigos da TV Globo pela colaboração e apoio recebidos. Obrigada pela compreensão necessária, a fim de que eu atendesse ao cronograma de aulas do curso, pela liberdade de atuação quanto à realização desta dissertação, e por, gentilmente, aceitarem dividir com o grande público e com os estudantes de comunicação o funcionamento de suas rotinas produtivas no telejornalismo.

Ao citar alguns nomes, entre tantos que fazem funcionar a gigantesca engrenagem da televisão, cada um com suas especialidades e talentos, aproveito para estender meus cumprimentos, individualmente, àqueles que concederam entrevistas para esta dissertação de mestrado: os jornalistas William Bonner, Fátima Bernardes, Pedro Bial, Ana Paula Brasil e Gisela Pereira e o engenheiro Francisco Oliveira. Formalizo, também, meus cordiais agradecimentos a Juarez

Passos, Marcelo Moreira, Márcia Monteiro, Renato Ribeiro, Ali Kamel, Teresa Cavalleiro, Luis Erlanger, Sílvia Fiúza e Carlos Henrique Schroder.

Por fim, agradeço aos professores da Comissão Examinadora.

E à força que a todos ilumina.

Boa leitura.

Resumo

Carvalho, Maria Paula Schmidt; Aguiar, Leonel Azevedo de. **Caravanas da Identidade - Um estudo de recepção sobre as representações feitas pela Caravana JN - por dentro da maior reportagem do Brasil e perto dos brasileiros.** Rio de Janeiro, 2008. 314p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Esta pesquisa pertence ao campo das relações entre a cultura de massa e identidade nacional e propõe uma análise de recepção das reportagens produzidas pela Caravana do Jornal Nacional, um projeto de telejornalismo executado pela Rede Globo, às vésperas das eleições presidenciais de 2006. Ao percorrer o Brasil de Sul a Norte, a Caravana JN foi ao encontro dos cidadãos que vivem em regiões afastadas dos grandes centros, com o objetivo de levantar os desejos dos brasileiros. Nosso desafio foi reencontrar as pessoas entrevistadas pela equipe de jornalistas, na época, e questioná-las sobre essa experiência de participar de um projeto de telejornalismo e de vivenciar um contato com os profissionais do meio. Vamos avaliar como esses grupos entenderam as representações feitas nas reportagens da Caravana JN, realizadas nas comunidades visitadas, investigar como foi o encontro dos profissionais do JN com o seu próprio público, de que forma as comunidades decodificaram a passagem da Caravana e que tipo de interações sociais o projeto foi capaz de promover. O trabalho de campo foi realizado em duas cidades da região Sul e uma do Sudeste do Brasil. Nossas análises se voltam para as rotinas produtivas do telejornalismo e ao que a Caravana JN significou, em termos de inovação, dentro da trajetória de um produto da comunicação de massa, líder de audiência há quase quatro décadas.

Palavras-chave

Telejornalismo; redes de comunicação; identidade; tecnologia

Abstract

Carvalho, Maria Paula Schmidt; Aguiar, Leonel Azevedo de. **Caravans of Identity – A study about the reception of the representations made by the special reportage Caravan JN - In dept analyses of the largest reportage of Brazil and close to the Brazilians.** Rio de Janeiro, 2008. 314p. MSc Dissertation - Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This research belongs to the field of relationship between mass culture and national identity and proposes an assessment on how the special coverage produced by the *Caravana do Jornal Nacional* was received by the Brazilian communities. *Caravana JN* was a significant project on broadcast journalism executed by *Rede Globo* right before the national presidential elections. As it was traveling from south to north of Brazil, the *Caravana JN* went to the encounter of citizens that live in very remote areas with the objective of investigating what would be their wishes and dreams. One of the challenges of this study was to find the same people that were interviewed by the journalist team then, in order to inquire about the whole experience. More than an evaluation about the representations illustrated on this special coverage of the visited communities, this study also investigates how was the encounter between the television professionals and their audience, in what way the communities decoded the *Caravana* passage and what kind of social interactions the project was capable to promote. The field part of this research was done in two cities of the South and one of the Southeast regions of Brazil. Our analyses was focused on the production routines of broadcast news in which the *Caravana JN* made impact in terms of innovation, and on the trajectory of a mass communication product that maintains the highest and record audience ratings of the for more than four decades.

Key Words

Broadcast news; communications network; identity; technology

Sumário

Introdução	10
1. Das relações entre identidade e comunicação de massa	19
2. Aspectos históricos: a atividade jornalística se concretiza e evolui	31
2.1. Das invenções tecnológicas: o rádio como pioneiro	37
3. A caixa de ver longe: nasce a televisão	40
3.1. A mão-de-obra	46
3.2. Os equipamentos e o modelo estrangeiro	51
3.3. O jornalismo eletrônico norte-americano	54
3.4. O mito Walter Cronkite	57
3.5. O telejornalismo no Brasil	59
3.6. O satélite, as primeiras transmissões em rede e a formação de uma sociedade de consumo de massa	62
3.7. O Jornal Nacional	69
4. Audiência	73
5. Seguindo a trilha da Caravana JN	83
5.1. Na terra missioneira	85
5.2. Em Minas Gerais, rumo à cidade histórica de Ouro Preto	120
6. A bordo da Caravana JN: impressões de viagem	143
6.1 Tecnologia	183
7. Conclusões	197
8. Referências bibliográficas	209
9. Anexos	212

Lista de Gráficos

Gráfico 1 – Audiência por Gênero	80
Gráfico 2 – Divisão por classes sociais	80
Gráfico 3 – Divisão dos telespectadores por idade	81