

## 6. A bordo da Caravana JN – Impressões de viagem

Na Rede Globo, o projeto da Caravana JN foi tratado como um grande evento, que reuniu diversas áreas da emissora. Foi preciso um sólido planejamento prévio, mas também maleabilidade para enfrentar as surpresas e contratemplos que surgiriam pelo caminho. O inesperado é um dos valores-notícia mais importantes na cultura jornalística, como destaca Nelson Traquina: “aquilo que irrompe e que surpreende a expectativa da comunidade jornalística” (Traquina, 2005, p. 84).

Marcado pela ousadia, o projeto da Caravana JN reuniu pessoas de funções e áreas diferentes. Pessoal de informática, técnicos, engenheiros, mecânicos, seguranças, além dos jornalistas, todos juntando esforços em prol de um objetivo. “Tínhamos que estar aptos a fazer a captação, a edição e a transmissão de sinais todos os dias, de qualquer parte do Brasil, sem contar com os recursos do local”, explica Carlos Lobo, responsável pela área de engenharia, caracterizando o tamanho do desafio.<sup>43</sup>

À parte todo o sacrifício e inspiração humanos, o trabalho só foi possível graças a um elemento importante, localizado a 36 mil quilômetros de altitude: o satélite. Confrontadas aos relatos históricos, expostos no capítulo 3, as condições técnicas atuais da televisão dão uma medida do tamanho da evolução que se fez no campo das telecomunicações no país, nos últimos 40 anos. A tecnologia empregada na Caravana JN será assunto do item 6.1.

Além de conhecermos as impressões pessoais daqueles que participaram do projeto da Caravana JN, os depoimentos permitem que observemos as alterações provocadas nas rotinas produtivas das notícias e da apresentação do telejornal, ao longo desses dois meses de viagem. Além disso, ao ouvirmos a posição da própria emissora que criou o projeto, torna-se ainda mais evidente o que significou a empreitada, em termos de avanços técnicos e de transmissão de informações.

Momento marcante na história do telejornalismo da TV Globo, a Caravana JN não configurou, entretanto, a primeira saída dos apresentadores da bancada do Jornal Nacional do estúdio, no Rio de Janeiro, para que participassem do

---

<sup>43</sup> Lobo, Carlos. Em entrevista publicada na Revista *A Maior reportagem do Brasil*, fascículo 1, p.5.

programa, ao vivo, de algum outro lugar do mundo. As primeiras experiências aconteceram em grandes eventos esportivos, como Copas do Mundo e Olimpíadas, e serviram de testes para a mobilidade que o telejornal vem demonstrando nos últimos anos.

Para os mais familiarizados com a televisão, talvez não seja difícil estabelecer a diferença entre a participação efetiva de um apresentador do telejornal, lendo várias notícias ao vivo e em sequência, a partir de algum ponto externo ao estúdio, e um *flash* ao vivo, feito por qualquer repórter da emissora durante o jornal ou na programação. O fato é que a saída do apresentador do estúdio dá mais peso à cobertura, seja ela qual for. É o que explica a jornalista Fátima Bernardes, com a experiência de quem já participou de grandes eventos pela TV Globo:

Senti que as pessoas se sentiram muito prestigiadas com a nossa presença. Nossa! Eles vieram mesmo. E isso já aconteceu em outros momentos em que eu estava apresentando o jornal e continuava fazendo mais matérias na rua do que faço hoje. Era quase como se eles percebessem que eu nem estou no dia-a-dia fazendo reportagem, mas seu fui até lá é porque a coisa estava séria, era grave. É legal isso.

Quem acompanha o Jornal nacional sabe que o casal formado por William Bonner e Fátima Bernardes tem se revezado em coberturas jornalísticas ao redor do mundo, nas quais costumam apresentar o telejornal ao vivo. A Copa do Mundo do Japão e da Coreia do Sul, em 2002, e a cobertura sobre a morte do Papa João Paulo II, em abril de 2005, seriam apenas dois exemplos da mobilidade que o noticioso vem alcançando. No primeiro caso, Fátima Bernardes entrava diretamente dos países sede da Copa do Mundo de Futebol, na Ásia, atualizando resultados e trazendo informações sobre a Seleção Brasileira e seus adversários. Já quando do falecimento do líder da Igreja Católica Apostólica Romana, coube a William Bonner a missão de estar ao vivo, diretamente do Vaticano.

Todavia a saída dos apresentadores do estúdio, pelo menos aqui no Brasil, era algo incomum. E que também não pode ser comparado a outras coberturas tradicionais da emissora, caso do carnaval, por exemplo. Em entrevista concedida para esta dissertação de mestrado, a jornalista Fátima Bernardes contextualiza o desafio da Caravana JN:

A gente faz isso em grandes eventos. Mas aí você está fora do Brasil. Para você fazer um jornal fora, por exemplo do Japão, você precisa estar com todas as áreas envolvidas. Quando se transmite carnaval, numa cobertura, você também está com todas as áreas envolvidas. Só que é diferente você estar com todas as áreas envolvidas e de forma itinerante, rodando.

Esse era o ponto-chave da Caravana JN. Ela existia fisicamente, no formato de um ônibus equipado, tripulado por jornalistas, como também passou a existir simbolicamente na imaginação dos espectadores, como uma célula de telejornalismo a correr o país, podendo chegar a qualquer localidade, a qualquer instante, levando o aparato da televisão para o interior do país.

O jornalista Ali Kamel, um dos diretores-executivos da Central Globo de Jornalismo, conta como evoluiu a ideia original da Caravana JN. Ela nascia dos feitos do jornalista americano Peter Jennings, já citado no item 3.3 deste trabalho, e que durante sua carreira apresentou o jornal da emissora de televisão ABC nos 50 estados americanos. A façanha era um dos orgulhos do apresentador, de acordo com um de seus obituários. Peter Jennings também usou um ônibus para fazer uma entrevista com um senador, durante a cobertura das eleições nos Estados Unidos. Relacionando os dois fatos, nascia a ideia de uma viagem do Jornal Nacional pelo país, de ônibus.<sup>44</sup>

O editor-chefe do Jornal Nacional, William Bonner, conta que o processo embrionário do que seria a Caravana JN passa também por uma experiência de cobertura nas estradas brasileiras, relacionada à área de transportes e às condições do mapa viário nacional, ocorrida em 2001, e que foi repetida posteriormente:

A Caravana avançou sobre um terreno que o Jornal Nacional já dominava em parte. Porque o Jornal Nacional já tinha experimentado o formato do boletim diário de uma grande aventura por estradas. Já tínhamos feito duas vezes a avaliação das condições das estradas brasileiras. Da BR 101 e da BR 116. Ganhamos prêmios até por isso. Era um projeto assim: você manda um repórter sair do Rio Grande do Sul indo para o Ceará e outro saindo do Ceará e indo para o Rio Grande do Sul, simultaneamente, um pelo litoral, outro pelo interior e a cada dia eles faziam um trecho de viagem, rodavam um limite máximo que a gente estipulou de quilometragem para dar tempo de gerar por alguma afiliada nossa imagens de um boletim. Ficamos empolgados e os boletins ficaram maiores. Esse *know how* a gente tinha. De um diário de notícias no JN.

---

<sup>44</sup> Kamel, Ali. Em entrevista publicada na Revista *A maior reportagem do Brasil*. Fascículo 2, p. 15.

Após as primeiras experiências, era preciso inovar também no intuito da viagem. E é aí que a Caravana JN apresentava um perfil diferente das demais coberturas jornalísticas.

Isso que foi feito é verdadeiramente inovador para a gente, porque pusemos dentro de um ônibus e não em dois carros, uma equipe completa de edição, equipamento todo de geração. Então não estávamos mais presos a nenhuma afiliada, a gente tinha condições de fazer pelo *fly away*<sup>45</sup> (antena) de onde quer que estivéssemos, via satélite. Segundo, era um repórter, com uma missão muito específica, uma filosofia editorial. Ele não estava avaliando condição das estradas, ele estava dando ouvidos aos pleitos e aos anseios de brasileiros, que dificilmente aparecem na televisão porque estão em lugares mais escondidos do país. Não nos grandes centros geradores de notícia. Na verdade nós fomos até esse “povão”, nós fomos até esses cidadãos que estão muito afastados dos grandes centros.

Nesse ponto, o leitor pode estar se perguntando se o Jornal Nacional já não se fazia presente em todo o país, antes mesmo da viagem, ao ser representado pelas emissoras afiliadas, como já descrito no capítulo 3. Essa, sem dúvida, é uma forma de ser atuante em todo o território nacional. Mas existe uma diferença marcante entre esse tipo de cobertura e a proposta da Caravana JN, como afirma o editor-chefe do telejornal, William Bonner:

O repórter da afiliada só iria para um lugar distante para o Jornal Nacional se fosse o caso de haver um fato que justificasse. Um fato gerador, uma notícia que justificasse a empreitada. E no caso da Caravana era o contrário. Não havia uma notícia geradora, a gente foi às pessoas para ouvir suas expectativas, você inverte o sentido da coisa. A lógica é outra. Em vez de acontecer algo para você ir atrás você é que vai atrás perguntando o que a pessoa quer. Essa mudança de sentido na nossa relação com o cidadão dos lugares mais escondidos do Brasil, isso é verdadeiramente inovador.

A jornalista Fátima Bernardes contribui com outros aspectos:

É totalmente diferente do que uma cobertura feita pela praça (emissora local). O JN já está com seus repórteres no Brasil todo, os telespectadores gostam de ver o seu repórter na rede, mas é muito diferente quando vai a estrutura do Jornal, não com cenário, mas com luz, com *tp* (*teleprompter*<sup>46</sup>), tudo na rua. [...] Porque não chegou só com o carro, você chegou com antena. Tem uma sensação para as pessoas de que a coisa vem com força, você chegou mesmo naquele lugar. [...] Dá um frio a mais. Eu acho que isso me dá mais adrenalina e quanto mais adrenalina eu acho que a gente faz melhor.

<sup>45</sup> Ver explicação técnica no item 6.1 referente à tecnologia empregada na Caravana JN

<sup>46</sup> *Teleprompter*: equipamento que coloca o texto a ser lido no mesmo nível da lente da câmera de televisão, criado para que os apresentadores dos telejornais olhem nos olhos do telespectador enquanto lêem as notícias (Maciel, 1993, p.29).

A passagem da Caravana JN alterava, em parte, o cotidiano das cidades por onde passava. Mesmo aqueles menos interessados em comunicação podiam perceber que havia algo diferente. Fátima conta como foi a chegada a Ouro Preto:

A cidade estava praticamente uma cidade cenográfica, tinha caminhões, funcionários da Globo identificados. No caso de Ouro Preto foi a Globo Minas que disponibilizou toda da parte técnica. Se a cidade não fosse uma afiliada da TV Globo ia gente de São Paulo e do Rio para dar suporte. Poderia ir equipe de reforço, se fosse necessário.

Antes de tudo, é preciso entender a Caravana JN como um conjunto de ações, dentro do Jornal Nacional, e que resultaram em grande impacto no ar. De forma simplista, a cobertura consistia em reportagens produzidas pela equipe do jornalista Pedro Bial, que viajava no ônibus, na participação ao vivo dos apresentadores a cada quinze dias numa cidade diferente e em reportagens feitas pelos repórteres das emissoras afiliadas da TV Globo, que eram levadas ao ar sempre nas datas em que havia apresentações ao vivo, de cada região. Fátima Bernardes explica a lógica do trabalho:

Você ficava vários dias numa mesma região. Na ancoragem a gente mostrava um mapa dessa região, não geográfico, mas com balanços que eram com base em dados do IBGE, sem nenhuma conotação política. O que havia mudado na região nos últimos anos, um panorama da região. E depois havia outras curiosidades feitas pelos próprios repórteres locais. A minha participação e do William era mostrar a região. Os repórteres da praça faziam reportagens especiais para aquele dia.

Pedro Bial tinha uma missão específica, diz Fátima Bernardes:

O papel do Bial era muito mostrar o desejo desse brasileiro e quando a gente chegava era dar um pouco o “raio-x” daquela região, onde naquele dia, a ancoragem era feita. Então as matérias eram um pouco mais gerais e o Bial ficava sempre com o foco mais fechado nesse ser humano, nessa pessoa que estava ali naquela área.

Uma cobertura com força capaz de mudar o perfil do telejornal, em determinadas edições, como mostra William Bonner:

Nos dias de “ancoragem”<sup>47</sup> que se davam a cada duas semanas, aí a prioridade absoluta do Jornal Nacional era a cobertura da Caravana. A gente exibia reportagens especiais sobre aquela região, aspectos da região, um resumo dos problemas da área e mais o vt do Bial. Era uma edição especialíssima do JN. O não factual ganhava uma relevância naqueles dias que não era a relevância natural do JN. O JN tem uma vocação factual. Mas naquelas edições a gente dava prioridade para isso e complementava o jornal “desidratando”, dando de maneira bem sucinta os demais temas relevantes do dia. Era um dia em que ele mudava, a forma mudava e a própria natureza dele mudava. Em vez de dar foco absoluto para o factual ele focava mais naquela região e desidratava o restante.

Além do itinerário da viagem, previamente estabelecido, mas guardado em segredo e constantemente sujeito a alterações, outra novidade despontava no projeto da Caravana JN. Aquela era também uma oportunidade rara na televisão brasileira contemporânea, como descreve Pedro Bial: “O que eu acho mais bacana é que era uma janela de jornalismo experimental, ou quase experimental, no meio do telejornal mais convencional do Brasil. Eu achei isso espetacular”.

Um convite irrecusável, na avaliação da jornalista Gisela Pereira:

Desde o momento em que eu estava saindo eu sabia que era uma coisa nova. O formato, para gente, era totalmente inovador. Então, por isso, na hora em que fui convidada eu topei na mesma hora. É tudo o que eu gostaria de fazer. Porque eu iria entrar num projeto diferente que me interessava. Conhecer de perto o Brasil e trabalhar num projeto que eu achava que era muito importante para o jornalismo, para as pessoas. Era a chance de o povo se sentir ouvido, representado.

A produtora da equipe, Ana Paula Brasil, também se refere ao projeto como uma brecha para fazer o novo:

O Jornal Nacional é o produto mais importante, é um telejornal que tem um padrão e uma linha bem definidos e mandaram a gente para rua tipo ‘bicho solto’. O que rolar rolou. Entrava aquela vinheta da Caravana JN e as pessoas não sabiam o que viria a seguir. Era uma linguagem muito diferente. O Bial já tem um estilo bem próprio, as matérias nunca eram aquela coisa ‘três por quatro’, ‘arroz com feijão’. A edição era toda diferente também. E houve dias em que a gente ousou com brincadeiras, na maneira de começar a matéria.

Ao analisarmos as reportagens da Caravana JN, é preciso entender o que essa cobertura significou para o conjunto do telejornal. Vejamos, então, o que diz o editor-chefe, William Bonner, sobre a produção do noticiário:

---

<sup>47</sup> No Brasil se usa o termo ancoragem, não no sentido como é usado nos Estados Unidos, no qual o jornalista e editor, depois de apresentar as reportagens, comenta e opina sobre os fatos. Aqui, a expressão é entendida como uma participação ao vivo do apresentador, fora do estúdio.

A rigor, dentro do Jornal Nacional, as pessoas podem sempre fazer de forma diferente. Ninguém é obrigado a seguir uma cartilha de fazer vts de um determinado formato. O que a gente deve sempre priorizar no JN, isso é algo que a gente persegue mesmo, é a clareza. O formato que for o mais claro possível para explicar uma situação, para contar uma história, é o melhor formato para o Jornal Nacional. E a Caravana, nesse sentido, nem sempre tinha essa preocupação com a clareza. Ela podia ser mais subjetiva, podia ousar na linguagem. Mesmo que em alguns momentos a linguagem do Bial enveredasse por um caminho menos claro, menos óbvio, menos previsível. Havia uma preocupação estética, de conteúdo, até poética, se nós podemos chegar a esse termo também. E ele tinha liberdade para isso. Era um momento especial do Jornal Nacional. Então nesse sentido eu entendo o prazer que eles tiveram de ousar.

William Bonner pondera:

Nós não vamos reinventar a roda, a gente faz telejornalismo limitado por tempo, com preocupação com a clareza, com a concisão, com equilíbrio. Com a correção das informações, a pluralidade, tudo isso. Não dá muito para inventar nisso. Mas no formato, você consegue fazer algumas coisas novas para o JN.

Inovação no formato, sem perder a preocupação com a qualidade do conteúdo. Teoricamente falando, o que se buscava era encontrar algo novo, sem se afastar da prática discursiva do telejornalismo, com atenção constante à clareza e à concisão, ao mesmo tempo em que compreende o tempo como um fator preponderante para o resultado final do trabalho.

A Caravana JN foi mais um grande acerto na carreira de Pedro Bial, segundo a avaliação do próprio jornalista:

Profissionalmente foi muito legal. Eu lembro que numa entrevista coletiva, realizada antes de a gente viajar, eles perguntaram ao nosso Diretor-Executivo de Jornalismo, Ali Kamel, de quem seria o controle editorial das matérias? E a resposta foi a seguinte: ‘o controle editorial da Caravana é do Pedro Bial’. Aí eu pensei, estão me bancando.

O relato vem acompanhado de visível satisfação pela oportunidade e pela liberdade que a equipe afirma ter tido para criar algo novo dentro do telejornalismo de rede brasileiro. “Aos poucos, a gente foi procurando o formato que a gente queria fazer, chegando até ele, enquanto viajávamos. Foram matérias que cada vez tinham menos *off* e mais ‘sobe sons’, para deixar as pessoas falarem”, explica Bial.

Dar voz aos eleitores do país, resume Fátima Bernardes:

Em toda a Caravana a gente queria que eles percebessem, por mais que fosse eleição, que o foco não estava em quem seria eleito. Mas o foco estava em que ia votar. A preocupação era que os brasileiros se abrissem. Uma oportunidade para dizer o que queria, o que imaginava, o que desejava, qual era o sonho desse brasileiro. O desejo desse brasileiro.

Pedro Bial fala sobre a proposta da Caravana JN:

Era um trabalho muito delicado porque era época de campanha presidencial. A gente não estava cobrindo a campanha em si. A gente estava cobrindo a nação enquanto havia pessoas que se consideravam aptas para conduzir o Estado. A gente tinha que ter equilíbrio político. Não podia ser somente matérias mostrando os nossos problemas ou exaltando as nossas belezas, era preciso ter equilíbrio.

A mesma preocupação demonstrada pela produtora Ana Paula Brasil:

A gente tinha uma preocupação de não fazer a Caravana da desgraça, porque a gente sabia que iríamos passar por regiões de mazelas terríveis, mas a gente tentava equilibrar as reportagens, falar de economia, falar de comportamento, falar de outras coisas. Imagina, algo que ia ficar dois meses no ar, você ficar mostrando desgraça todo o dia, tem que dar uma arejada. A gente saiu com o propósito de ouvir os desejos do povo brasileiro num ano de eleições. O que você deseja para o seu país? A gente correu uma estrada paralela das eleições. A gente não fazia matéria sobre as eleições e nem sobre política. Era o que você deseja para o seu país no futuro? A gente foi totalmente de coração aberto, não sabíamos o que iríamos ouvir. É claro que acabou havendo alguns padrões recorrentes, como saúde, educação e segurança.

Um desafio medido em quilômetros percorridos de estrada. “Você está disposto a mostrar que Brasil é esse. É uma cobertura difícil porque você tem mil limitações por conta das regras eleitorais”, pondera Fátima.

“Nós nos dávamos conta sim do peso de tudo o que vai ao ar no Jornal Nacional, do que se diz no Jornal Nacional e ao mesmo tempo tentávamos nos livrar desse peso e dar uma certa leveza à linguagem”, explica o jornalista Pedro Bial. Um dos maiores desafios para a equipe, era também o maior atrativo do projeto. Não ter um modelo a seguir, permitia ousar.

“Esperávamos o dia em que a gente sairia para rua sem pauta”, nos conta Pedro Bial. “E esse dia chegou. Foram vários dias sem pauta, em que o que a gente viu virou matéria. Um exemplo: na estrada, passamos por uma escola, paramos e quando fomos ver não havia escola atrás, era só uma fachada”, recorda ele. Eis o poder do inesperado na cultura profissional jornalística. O episódio da escola, durante a viagem da Caravana JN, é um bom exemplo para as análises de Traquina a respeito da profissão de jornalista:

Na visão comum, em que um nevoeiro de mitos encobre a profissão, o jornalismo é a antítese do trabalho das ‘9h às 5h’ uma outra imagem que atrai muito os jovens à atividade. O jornalismo é identificado com o imprevisto; o inesperado poderá acontecer ao virar da esquina (Traquina, 2005, p. 54).

Para driblar imprevistos e surpreender o público, a Caravana JN contava com apoio na retaguarda. William Bonner fala sobre a independência da equipe em relação à redação, no Rio de Janeiro:

A Caravana tinha autonomia. A equipe da Caravana tinha uma filosofia editorial a cumprir, tinha uma missão a cumprir que era ouvir os desejos do Brasil. Então quando chegavam os *víts* do Bial, a interferência foi mínima. Se você pensar, em dois meses de viagem, devemos ter um feito uma ou outra intervenção. A relação com a redação era mandar, o meu editor, o Fernando Castro, empacotava e botava no ar com a vinheta.

A abertura para realizar algo novo dentro do telejornalismo de rede brasileiro também foi o que levou a jornalista Ana Paula Brasil a se oferecer como voluntária para o projeto. “A primeira vez que eu ouvi falar da Caravana JN, foi um comentário qualquer num almoço, numa situação fora do trabalho. E na mesma hora eu disse: ‘eu quero ir nisso’. Me ofereci”. Para uma jornalista experiente, era a chance de conhecer melhor o próprio país.

A oportunidade de ver o “mosaicão” de perto. Eu já conhecia muito bem o Brasil. Já tinha viajado muito, mas como turista. Sempre viajei muito, sempre gostei de viajar muito. Morei em Brasília por muitos anos, a gente vinha de carro com os meus pais passar férias no Rio de Janeiro, passando por outros estados. Meu pai gosta de estrada e por isso a gente viajava muito de carro quando criança. Eu já tinha ido a lugares turísticos e fiquei tentada em conhecer outro aspecto do Brasil. Em ver de perto o que a gente tenta mostrar nos nossos telejornais de rede.

“Mosaico” também foi uma palavra escolhida por William Bonner para descrever o conjunto heterogêneo de sons e realidades encontrado nas cinco regiões do território brasileiro. A essa altura possivelmente o leitor nem se lembre mais, mas a expressão “mosaico étnico” já havia sido empregada pela professora Liane Maria Nagel, cuja citação transcrita no capítulo 5, descreve o emaranhado racial e cultural da Região Missioneira, no Rio Grande do Sul. O editor-chefe do Jornal Nacional, diz que uma boa edição do programa deve abarcar ao máximo essa diversidade:

Em geral quando eu estou com uma sensação muito boa, quando eu acho que o jornal está gostoso, eu vou olhar no espelho <sup>48</sup> e você tem diversas localidades colaborando, do Brasil e de fora do Brasil. Colaborando para aquela edição. Isso dá um mosaico de sotaques, de paisagens, de coloridos diferentes. É som e imagem de diversos pontos que fazem o mosaico. Quando o mosaico fica assim diversificado ele fica melhor, sempre fica melhor. [...] É preciso compreender também que Brasília entra naquilo que é estritamente necessário. Naquilo que permite às pessoas tomar conhecimento de medidas que afetam suas vidas.

“É o ideal para esse jornal, para as pessoas se reconhecerem e eu acho que elas se vêem no jornal exatamente por isso, porque elas ouvem os seus sotaques, elas ouvem os seus repórteres com caras e jeitos diferentes, senão não é verdadeiramente nacional”, completa Fátima Bernardes.

A apresentadora e editora do Jornal Nacional explica que o perfil das reportagens também varia de acordo com o tempo de produção do telejornal:

Quando o jornal está curto vai para o espelho apenas o que se impõe como notícia, o que realmente aconteceu. Mas nós temos um esforço constante, nas reuniões de pauta, para botar as praças (afiliadas). Temos certeza da importância disso para essa fidelidade do público. É quase como se eles dissessem assim: ‘tudo bem, está no jornal local, mas se for importante o Jornal Nacional vai mostrar’.

Fátima Bernardes já havia abordado a questão dos sotaques no Jornal Nacional, ao se referir aos repórteres da rede. No terceiro Encontro Nacional de Fonoaudiologia da Central Globo de Jornalismo, <sup>49</sup> a editora e apresentadora do JN defendeu a pluralidade,

Manter sotaques e estilos é fundamental. Viva o *off* baiano do José Raimundo, pernambucano do Francisco José, amazonense da Daniela Assaiag, paulista do Ernesto Paglia, do César Tralli e da Graziela Azevedo, carioca do Pedro Bial e da Sandra Moreira. E por aí vai. Ninguém precisa falar igual, mas é preciso falar corretamente, em nome da informação.

Ex- jogador de basquete, acostumado a viajar em excursões pelo Brasil, Pedro Bial foi conhecendo o país ao participar de campeonatos em diversos estados. Mais tarde, já na TV Globo, Bial integrou a equipe do programa Globo Repórter. “Eu era repórter, nem aparecia no vídeo, mas viajava para muitos

<sup>48</sup> Espelho: folha que abre o *script* dos telejornais e mostra a divisão em blocos e a ordenação das matérias dentro de cada um dos blocos, a previsão de comerciais, chamadas e encerramento (Maciel, 1995, p. 108).

<sup>49</sup> III Encontro de Fonoaudiologia da Central Globo de Jornalismo, realizado no Rio de Janeiro, em novembro de 2002.

lugares. Cheguei a voltar a alguns deles, mas uma maluquice como essa, de cruzar o país, de ponta a ponta, eu nunca tinha feito antes”.

Lançando sempre novos desafios aos profissionais da comunicação de massa, o telejornalismo surpreende até os mais experientes. Mesmo alguém com larga trajetória como repórter, correspondente internacional, editor de telejornais locais e nacionais, e apresentador acaba encontrando novas maneiras de contar histórias, de mostrar o que se passa a sua volta. Seduzido pela novidade e pela chance de experimentar, o jornalista Pedro Bial aceitou compor a tripulação do ônibus da Caravana JN, que ele define de maneira simples. “O Jornal Nacional que sempre foi uma espécie de nave espacial sobre o Brasil, ganhava rodas, pneus, uma forma”.

O desafio diário, conforme dito anteriormente, era o de gravar, editar e gerar reportagens através do satélite, a partir dos mais diversos cantos do Brasil, para a sede da emissora no Rio de Janeiro. Mesmo a equipe empenhada diretamente no projeto sabia da complexidade da missão, considerada tecnicamente difícil. Vejamos o que diz Pedro Bial sobre a exaustiva rotina da Caravana:

Todo mundo esperava que um dia a gente não conseguisse gerar, era natural. Nosso *dead line*<sup>50</sup> para geração era 2 horas da tarde. A gente marcava entrevistas com as pessoas às 7 e meia da manhã. Começava a trabalhar muito cedo para poder ter matéria até o meio dia e poder gerar até as duas horas da tarde e ainda fazer quilometragem para chegar aonde tínhamos que chegar. E para não viajar a noite.

À parte as eventuais substituições pelo caminho, o grupo de viagem era formado por quinze pessoas, cada uma com funções definidas: dois cinegrafistas, Luiz Cláudio Azevedo e Hélio Alvarez; os técnicos Vinícius Ferraz e José Carlos Suarez, responsáveis pelo áudio e geração de imagens; uma produtora executiva, Gisele Machado; uma produtora, Ana Paula Brasil; um repórter/apresentador, Pedro Bial; um motorista, um mecânico, quatro seguranças e uma assessora de imprensa, Gisela Pereira.

De portas abertas para o Brasil e os brasileiros, a Caravana JN contava com uma pessoa designada para registrar o trabalho da equipe, mas também para ser o elo entre os jornalistas e as comunidades. Gisela Pereira tinha, entre outras

---

<sup>50</sup> *Deadline*: prazo final estabelecido pelo editor para a entrada de matérias de um determinado telejornal ou programa (Maciel, 1995, p. 106).

funções, a de receber e coordenar as demandas advindas da imprensa ou populações locais:

Eles queriam um registro de toda essa viagem, mas não para ir ao ar. Eu, que não sou fotógrafa, virei fotógrafa porque eu era o registro fotográfico para divulgar a caravana não só aqui nas grandes cidades, Rio e São Paulo, mas também longe. A procura de imprensa local, de rádio local, de comunidade, de jornais era muito grande. A idéia da TV Globo, a idéia do jornalismo, era: vamos falar com todo mundo. Se o objetivo era estar muito próximo vamos abrir esta porta.

Uma porta por onde chegavam reivindicações de todo o tipo e também manifestações extremas de carinho:

As pessoas pensavam: “essa é a oportunidade de eu pôr a minha voz no ar e dizer o que eu quero para cá”. Porque eram cidades muito pequenas, fora do eixo das grandes capitais. A gente tinha também uma procura absurda de pessoas que estavam ali por tietagem. Mas a gente tinha personagens muito especiais, porque eles estavam querendo se fazer ouvir. Quanto a gente chegava e parava para entrevistar as pessoas elas entendiam: que bom, estou tendo uma oportunidade. Vou conseguir falar o que a gente precisa aqui: a gente não tem asfalto, por exemplo. O meu pedido seria mais segurança, o do Bial seria menos impostos, o do cara lá no interior era um hospital. É claro que a gente quer uma saúde boa, aqui. Mas nossos pedidos seriam bem classe média mesmo: segurança, menos impostos. Já o cara que está lá no interior ele faz um pedido para uma cidade que mal tem saneamento.

Cada profissional da Caravana JN tomava conta de uma área e todos sabiam muito bem o que precisava ser feito. Por vezes, faziam até mais do que lhes era esperado, pois os novos padrões de trabalho não impunham limites. “Éramos uma estação de TV, geradora, gerávamos para o Rio”, explica Ana Paula Brasil.

E todo o dia era uma aventura posicionar aquela antena. A antena é chamada *fly away*, muito usada pelo pessoal do esporte para fazer transmissão esportiva. Ela foi adaptada, foi mexida para poder ser desmontada e caber dentro do ônibus. E todo o dia ela tinha que ser montada e encontrar posição para falar com o satélite. E é uma coisa altamente complexa, uma sintonia muito fina. Algumas vezes alinhava logo, outras vezes era preciso ficar horas tentando. Eu me lembro que, também em Santa Inês, a gente teve dificuldade para achar o satélite. Me lembro do Suarez (José Carlos) segurando a antena, o prato da antena com a mão. E eu cheguei falando com ele e ele disse “não fala comigo agora, não posso me mexer”. Ele posicionou com a mão, segurando o prato de geração com a mão.

Mais um caso curioso, entre tantos a serem lembrados. Ana Paula nos conta sobre a rotina de trabalho na estrada:

Eu era um faz tudo. A gente saiu do Rio de Janeiro com um levantamento prévio, com sugestões de pautas para aquelas regiões por onde a gente ia passar. Na véspera da chegada eu fazia um contato com alguém da cidade, sem dar muita informação, porque a gente não queria que as pessoas soubessem que era a Caravana JN. Então eu dizia que estávamos com uma equipe na região e que queríamos falar sobre determinado assunto. Eu pedia, então, sugestões de pessoas que pudessemos procurar. Ou seja, tentávamos deixar alguma coisa mais ou menos marcada. Mas isso podia mudar. Quando chegávamos ao município, nós checávamos informações, fazíamos um levantamento da pauta para a gente ir para a rua no dia seguinte com a coisa mais ou menos situada. Muitas vezes eu também fazia reportagem, juntamente com o Bial, porque tínhamos várias marcações (entrevistas) para o mesmo dia e um horário muito apertado para editar. Então, como tínhamos duas equipes (cinografistas) ele ia gravar com uma num lugar e eu ia com outra para fazer reportagem de campo também.

Os demais processos acompanhavam o ritmo ágil das equipes de reportagem, como relata, ainda, a produtora:

A nossa edição era muito corrida. Mas como tudo era corrido, a gente gravava o material e já sabia mais ou menos o que ia usar. Tentava otimizar um pouco a gravação porque a gente não teria tempo de sentar e ficar decupando<sup>51</sup>. Só tinha uma máquina. E enquanto a Gigi e o Pedro estavam na ilha de edição, a gente já estava marcando hotel para a cidade seguinte, fechando mala, os meninos de operações montando a antena geradora. E a gente se revezava para ir almoçando.

Em quase nenhuma outra profissão, o fator tempo é tão importante quanto no jornalismo. Nelson Traquina afirma que dominar o tempo é praticamente uma competência profissional específica:

A relação entre o fator tempo e o jornalista é tão fundamental que constitui um fato central na definição da competência profissional. Ser profissional implica possuir uma capacidade performativa avaliada pela aptidão de dominar o tempo em vez de ser vítima dele (Traquina, 2005, p. 40).

A rapidez e o imediatismo das ações eram fatores relevantes no que se refere à Caravana JN. Ana Paula Brasil dá uma ideia do poder de mobilização do projeto.

A gente tocava fogo na cidade de manhã e à noite aquilo já estava no ar. Algumas vezes a gente chegava à cidade e as pessoas diziam ‘eu sabia que eles viriam’. Não sabiam de fato, mas estavam torcendo. Este roteiro existia, era “*top secret*”, mas algumas vezes ele foi modificado ou porque a gente não conseguiu chegar, tivemos que parar cedo, ou porque a gente mudou de opinião quanto ao melhor destino.

---

<sup>51</sup> Decupagem: seleção das cenas e sons de uma gravação que serão utilizadas e localização delas na fita. A decupagem antecede e facilita a edição (Maciel, 1995, p. 106).

A imprevisibilidade era um dos pontos fortes da Caravana, na opinião da jornalista Fátima Bernardes, que destaca ainda outra grande mudança:

Normalmente a gente chega à casa das pessoas via televisão e elas sabem que a gente tem aquele encontro. Só que com a Caravana esse encontro deixou de ser apenas via satélite para ser um contato pessoal. Então, a expectativa de que, a qualquer momento, você pode ter a sua cidade visitada ou pode encontrar com aquelas pessoas, com as quais você já está habituado, fez com que ela criasse uma relação muito diferente com o público. Não só de assistir ao jornal mas também de ver como ele é feito, saber detalhes da produção, de saber que a cidade vai ficar diferente naquele dia. É um olhar como daquela “mosquinha”, que muita gente gostaria de ser, pra poder ver como aquilo é feito, porque está acontecendo na sua frente. E nós vamos realmente com a estrutura montada para fazer o jornal ao vivo. Não é uma encenação do jornal. Ele é realmente feito lá.

Fazer o Jornal Nacional ao vivo, do meio da rua, era uma missão árdua para todos os envolvidos. A produtora Ana Paula Brasil destaca a preocupação com o inesperado, numa situação de *link* ao vivo.<sup>52</sup>

Eu senti medo. A gente sempre tinha medo de que não aparecesse ninguém, que seria uma tragédia. Em Ouro Preto a gente teve medo porque era uma cidade de estudantes e que alguém fizesse algum protesto. O fato de ser ao vivo tornava tudo possível. Às vezes pintava um cartaz com alguma bobagem. Quando a gente via, o segurança pedia para tirar. Chegou a vazar no ar uma coisa ou outra, um vote nulo, mas não houve nenhum incidente grave.

Mas como já observamos antes, a Caravana JN era muito mais do que uma apresentação ao vivo. Fátima Bernardes reforça o caráter itinerante do projeto:

A novidade foi também pela ousadia de você acreditar que todo o dia você teria condições de ter um vt, que ele seria gerado de qualquer ponto da estrada, com uma parabólica que seria montada. Então tinha um trabalho de cigano mesmo, de montagem e desmontagem. E tinha que dar certo, relata a jornalista.

Ciganos é uma boa metáfora para alguém que estende uma lona e, debaixo dela, exerce o jornalismo. No entanto, podem existir outros simbolismos para isso, especialmente se associados à ideia de espetáculo. A lona dos ciganos também nos remete para a atmosfera de outro acontecimento público, citado na entrevista da produtora da Caravana JN, Ana Paula Brasil:

<sup>52</sup> *Link*: ligação entre dois ou mais pontos de transmissão de sinais de imagem e som. Para estabelecer essa linha é necessário o uso de duas antenas parabólicas (Maciel, 1995, p. 109).

Era um circo. Imagina um ônibus pintado JN gigantesco, em azulão, carregando Pedro Bial. Muita gente vinha bater no ônibus perguntando ‘posso falar com o Bonner e com a Fátima?’ Eles não estavam, os apresentadores se revezavam para ir às ancoragens. Mas as pessoas ficavam tão impressionadas com o JN, no quintal de casa, que elas achavam que a Fátima e o Bonner estavam dentro do ônibus.

O ônibus, de fato, era um *motorhome* totalmente adaptado. Nesse caso, em vez de uma casa móvel, o veículo tinha sido transformado numa redação/casa, com largo investimento em equipamentos, tecnologia e sistemas inteiramente novos, criados especialmente para essa operação. O veículo, que era alugado, foi preparado para a viagem durante um mês, dentro das oficinas da TV Globo, como relata o engenheiro e operador de sistemas Francisco Oliveira:

O caminhão era um *motorhome* porque ia rodar dias e dias na estrada, em lugares que poderia não ter nem setor hoteleiro. Esse *motorhome* foi adaptado às condições mínimas de trabalho para esta Caravana. Compartimento para guardar equipamentos: Câmeras, tripés, microfones, uma malinha de luz, a coisa primordial básica para um jornalismo normal. Tinha também a parte de edição, dentro do caminhão, eram ilhas digitais, fita mesclado com disco. Foi montada uma infra-estrutura ali dentro. Tínhamos que fixar esses equipamentos, mas não podíamos simplesmente colocar parafusos e furar o ônibus alugado. Usamos de inúmeros cuidados, colamos com velcro, cintos, amarrações. Havia alguns componentes sobressalentes, em caso de quebra e poderia ter apoio da manutenção aqui do Rio de Janeiro.

No item seguinte teremos a oportunidade de explorar a tecnologia empregada na Caravana JN. O fato é que a passagem do ônibus pelas cidades mexeu com a imaginação dos moradores. Ciro Marcondes Filho aborda o poder que as imagens podem operar no público, ao mexer com o imaginário das pessoas. “Imaginário é uma dimensão que existe no homem, paralelamente à dimensão do real” (Marcondes Filho, 1988, p. 10). E é nela que residiria o prazer, ou aquilo que move os indivíduos. No capítulo 5 vimos que o elemento vivo das pessoas, aquilo que as faz ter vontade de viver, não está no real, no cotidiano nem no mundo do trabalho, e sim no imaginário. E a televisão é a forma eletrônica mais desenvolvida de dinamizar esse imaginário (Marcondes Filho, 1988, p. 11).

Citando Lasswell (1948), Armand e Michèle Mattelart afirmam que o processo de comunicação cumpre três funções principais na sociedade: a vigilância do meio, revelando tudo o que poderia afetar o sistema de valores de uma comunidade ou das partes que a compõem; o estabelecimento de relações entre os componentes da sociedade para produzir uma resposta ao meio; e a

transmissão da herança social (Mattelart, 1995, p. 41). Os autores seguem dizendo que, a esses três elementos, os sociólogos Paul F. Lazarsfeld (1901-1976) e Robert K. Merton (nascido em 1910), acrescentaram uma quarta função: o *entertainment* ou a diversão, tornando o sistema ainda mais complexo (Mattelart, 1995, p. 42).

Dominique Wolton agrega um laço social ao show da televisão: “o divertimento e o espetáculo remetem à imagem, isto é, a dimensão técnica. O laço social remete à comunicação, isto é, a dimensão social” (Wolton, 2006, p. 12). Barbero sugere que as sociedades possam repensar suas percepções de mundo, considerando o processo que ele chama de “espetacularização”:

O problema a enfrentar é o de saber de que modo muda a relação dos usuários com o real e a experiência dos fatos pelo contato contínuo com a representação. Mas então o que se tem de interrogar é, não um efeito, mas a nova percepção do mundo que a ‘espetacularização’ engendra: essa sensação de preenchimento no vazio, essa redução de tensão, essa sensação de participação que engendra a satisfação de ver (Barbero, 200, p. 101).

Na introdução deste trabalho já falamos sobre o caráter híbrido do projeto da Caravana JN, na medida em que ela misturava telejornalismo com elementos dos programas de auditório. Em dias de Caravana JN, o Jornal Nacional ganhava ares de espetáculo.

Barbero cita G. Debord que, em *La Société du spectacle*, conceitua: “o espetáculo não é um conjunto de imagens mas uma relação social mediatizada por imagens<sup>53</sup>.”

Ninguém melhor do que os próprios apresentadores do Jornal Nacional para apontar as diferenças de apresentar o Jornal Nacional no estúdio, no Rio de Janeiro ou no meio da rua, diante do público. Fátima Bernardes usa o exemplo da Caravana JN para falar de suas impressões, tanto em termos operacionais quanto emotivos:

Porque quando você apresenta um telejornal, por mais que seja para 40 milhões de pessoas, você não pode pensar isso na hora em que você está lendo, aqui. Quando você está no estúdio, você sabe quem são aquelas vinte pessoas com as quais você convive diariamente. Você tem a noção do “canhão” que é mas você não tem aquele calor, aquele retorno. Então, eu acho que foi exatamente isso. É o calor de as pessoas estarem ali. É quase como se elas fossem aplaudir no final. Você sente o burburinho, você sente os comentários. Porque quando entra um vt

<sup>53</sup> G. Debord, em *La Société du spectacle*. Ed Champ Libre, Paris, 1971, p. 10.

(*videotape*) no ar, eles sabem, eles estão vendo a reportagem. Então se tinha coisa engraçada eles riam, realmente você tem um retorno imediato que é muito diferente. E acho até que isso faz com que você também faça uma apresentação diferenciada naquele dia. É algo um pouco mais emocionado, é algo um pouco mais solto.

O espaço televisivo é radicalmente diferente de qualquer outro meio de expressão. “Na televisão, o ator ou o figurante atua para uma máquina (a câmera) e de acordo com as regras técnicas do *medium*, mas sempre aceitando a simulação de outra presença humana” (Sodré, 1984, p. 60).

No capítulo 3, Xavier falava sobre as primeiras relações entre o público e a televisão, relatando com humor o caso das pessoas que, diante da tela da TV, costumavam dar “boa-noite” para os apresentadores do Jornal Nacional (Xavier, 2000, p. 24). Muniz Sodré também analisa esse encontro que acontece através do veículo televisão. “Não se dá como no teatro o encontro de duas zonas (a da cena e a do público), mas a invasão da cena familiar pela TV. Aqui o espetáculo que vai ao espectador – em casa” (Sodré, 1984, p. 60). Com relação à Caravana JN, o espetáculo não chegava até o interior das casas apenas via satélite, mas era apresentado, ao vivo, em praça pública. Assim, o tradicional “boa-noite” podia ser respondido aos apresentadores, como observa a jornalista Gisela Pereira:

O que eu acho interessante no Jornal Nacional, eu acho que muita gente dá boa noite para eles (apresentadores) no final. E lá (na Caravana) eles falavam diretamente com as pessoas. Portanto, eles não pensavam ‘este boa noite é para mim’. Eles tinham certeza de que os apresentadores estavam falando com eles. ‘Ele realmente está falando comigo’. E conversavam mesmo, quem estava na frente falava mesmo.

A expectativa pelos aplausos ao final da transmissão, conforme relato anterior da jornalista Fátima Bernardes, prova que se estabeleceu uma relação entre a plateia e os apresentadores, o que, embora seja algo relativamente comum em outros programas de televisão, não é usual em telejornais. Em *Televisão – a vida pelo vídeo*, Ciro Marcondes Filho mostra que a origem do formato dos programas de auditório remonta ao ambiente do circo:

Programas de auditório são espetáculos de origem circense que foram absorvidos pela programação da TV. No circo, um homem no centro de um picadeiro apresentava acrobatas, malabaristas, mágicos, palhaços, anões, animais, domadores, equilibristas, trapezistas, etc. O termo circo vem do latim *circu* (círculo) e designa o local onde se realizavam os jogos públicos. Já no período moderno, a palavra circo adquiriu a conotação de ser itinerante e oferecer

espetáculos em troca de pagamento de ingresso, como nos dias atuais. [...] A cultura industrializada, porém, tomou o espaço do circo e decretou sua decadência e seu quase desaparecimento. Dele sobrou a estrutura de entretenimento e diversão que foi mais tarde reabsorvida, principalmente pela TV (Marcondes Filho, 1988, p. 68).

Ainda segundo o autor, para entender a televisão é preciso se fixar na magia do show. “O espetáculo é a linguagem da televisão. E é segundo a lógica do espetáculo que tudo nela é transmitido” (Marcondes Filho, 1988, p. 41). Para compreendermos melhor a ideia de espetáculo, vejamos mais uma contribuição de Jesús Martín-Barbero:

Todo rito é em si mesmo uma encenação. E toda encenação é um alumbramento, no forte sentido que tem a expressão ‘dar à luz’, isto é, fazer ver. E isso é o que nomeia a palavra espetáculo. Porque o espetáculo não é definido, não é configurado por seus conteúdos, mas por essa vontade recíproca de ver, que é a vontade de dramatização, necessidade de representação que faz parte da própria substância do social: a teatralização constante da vida coletiva (Barbero, 2004, p. 98-99).

Metaforicamente, o ônibus da Caravana JN era o circo e a arena das transmissões ao vivo, o seu picadeiro. No centro dele, os apresentadores comandavam o espetáculo. Fátima Bernardes recorda de uma cena marcante, que se passou em Juazeiro do Norte, na segunda edição nordestina do JN. “O Bial mandando as pessoas acenarem com o chapéu. Dando boa-noite acenando, foi uma imagem linda”. Quem viu, não esquece. Pedro Bial girou seu chapéu no ar e todos fizeram o mesmo. E todos eram milhares.

Naquela noite a apresentação do Jornal Nacional foi aos pés da estátua do Padre Cícero. William Bonner descreve, com emoção, a cena em que afirma ter vivido uma “apoteose particular”. “E um rugido transbordou do terraço, alcançou quem se aninhava nas escadas, subiu pelas vestes de concreto do ‘padim Ciço’ até parecer que a própria estátua urrava, do alto da montanha, no coração do Cariri”.<sup>54</sup>

O público desempenhava um papel importante naquela experiência televisiva. Vejamos como isso foi percebido pela apresentadora do Jornal Nacional, Fátima Bernardes:

---

<sup>54</sup> Bonner, William. Em entrevista a Revista *A maior reportagem do Brasil*, Fascículo 1, p. 8.

Era como se eles se sentissem participantes e atuantes naquele cenário. A gente sentiu que o nordeste queria fazer muito mais bonito do que tinha sido em Minas Gerais: ‘ah, o mais bonito vai ser aqui, o mais emocionante vai ser aqui’. As pessoas queriam estar lá e o público foi crescendo. Cada vez que o Bial falava que o ônibus ia seguindo, ele percebia, na estrada, as pessoas indo para a estrada para dar tchau, para dar adeus.

Para o editor-chefe do Jornal Nacional, esse caráter “híbrido” de apresentação e comunicação direta com o público, assumido pelo Jornal Nacional nos dias de Caravana ao vivo, é algo que se estabeleceu de forma mais acentuada nos períodos que antecederam os *links* ao vivo propriamente ditos e que perdurou por bastante tempo depois da saída do jornal do ar. William Bonner descreve a relação que se estabeleceu com o público que compareceu aos locais de transmissão:

O Jornal Nacional sendo ao vivo, a gente era obrigado a entrar em cena antes, se postar, se posicionar, testar o som. E, sobretudo, a partir do nordeste, acalmar um pouco as pessoas. Porque havia uma expectativa enorme. Aquilo era muito forte, era uma multidão grande demais. Assustadoramente grande, só que absolutamente pacífica. E eu me lembro de ter dito vão com Deus, no final, porque dava até medo de ver aquele tanto de gente. [...] O aspecto, digamos de programa de auditório, se deu verdadeiramente e muito frequentemente não durante o jornal, mas antes do jornal. Antes do jornal eu entretinha as pessoas. Porque elas estavam ali, iam colaborar conosco, tinham se deslocado de muitos lugares para assistir ao jornal. Então eu explicava mais ou menos como era o jornal, mostrava o *teleprompter*, em alguns casos fiz algumas brincadeiras. Eu lembro de ter feito muito isso em Belém.

Só quem viveu esse momento pode relatar a emoção do encontro. Gisela Pereira foi testemunha de todas as entradas ao vivo da Caravana JN, mas também lembra, com especial carinho, o dia em que o Jornal Nacional teve como cenário a estátua de Padre Cícero, em Juazeiro do Norte, cidade mais populosa do interior cearense:

Mas o que era muito legal, é que na hora do jornal as pessoas eram muito educadas, porque era combinado antes, para haver silêncio, senão você não conseguia ouvir o que o apresentador estava falando. Mas antes de entrar, ou no comercial, o Bonner ou a Fátima, eles falavam com o público como se eles estivessem apresentando um programa mesmo. E era muito legal. Eles falavam: ‘gente vocês estão me ouvindo?’ e as pessoas respondiam: ‘estamos!’ Eles se comunicavam, era isso.

Para a jornalista Fátima Bernardes, era o circo do telejornalismo que rodava o país. “A história de o ônibus ir para os lugares com o logotipo do JN,

isso fez uma diferença enorme. Deve ter sido como naquelas cidadezinhas quando chegava o circo. Mal comparando, aquele caminhão que vinha trazendo a novidade”.

A Caravana JN podia parar em qualquer lugar do Brasil. Onde houvesse um fato de interesse público, esse podia ser o local da próxima reportagem ou o ponto da próxima entrada ao vivo. A assessora de comunicação da Caravana, Gisela Pereira nos conta mais um caso marcante:

A gente estava numa estrada terrível que a gente percorreu em duas horas, se eu não me engano. Cheia de buracos. Impossível de andar. A gente parou e fez um “vivo” de um posto de gasolina, sem luz nenhuma, uma loucura. Era o Bial falando daquele absurdo que era aquela estrada, como aquilo era importante demais para aquelas pessoas. A gente pede menos imposto e o cara lá, tem uma estrada de 40 km que ele atravessaria em meia hora, que é feita em duas horas. A gente fez um *link* no Jornal Nacional. E era muito difícil essa operação. Mas foi incrível, muita vontade, um compromisso muito forte. A gente podia ter feito e mostrado no dia seguinte, mas seria muito mais legal se a gente entrasse ao vivo. O profissionalismo da equipe me impressionou muito. Ninguém fazia nada mais ou menos.

Sob a lona do circo itinerante do telejornalismo, além do casal de apresentadores de TV mais famoso do Brasil, estava também Pedro Bial que, paralelamente à bem-sucedida carreira no telejornalismo, despontava, justamente, num programa televisivo com plateia. Pedro Bial entrava no projeto da Caravana JN como um elemento central. “Um Bial que não era mais um repórter, mas já com uma popularidade do *Big Brother Brasil*. Também havia esse apelo a mais. Uma boa ideia por um lado, mas eu paguei um preço por isso”, afirma o jornalista em entrevista concedida para esta dissertação de mestrado.

O preço do direito de ir e vir. “Do ponto de vista pessoal foi muito traumático. Eu voltei muito paranóico, com medo de gente, como medo de sair de casa”, diz. Se por um lado Bial encarnava o próprio ideal do repórter que percorria o país em busca de boas histórias, por outro, havia a clausura imposta pela massa. “Eu não podia sair do ônibus, eu não podia jantar, eu não podia fazer nada”.

Depois da partida, o contato com os espectadores mudaria. Além de televisivo, passava a ser também direto, nos encontros pessoais, ou através da internet, onde a equipe mantinha uma espécie de diário de bordo, no blog<sup>55</sup> da Caravana JN. Esse era um espaço virtual onde Pedro Bial e outros integrantes da

---

<sup>55</sup> Blog Caravana JN: [www.globolog.com.br](http://www.globolog.com.br)

equipe exercitavam a criatividade e externavam sensações ou impressões de viagem, em textos mais emotivos do que os de costume no telejornalismo. Uma coletânea desses textos escritos por Pedro Bial, em cada uma das cidades por onde a Caravana JN passou, consta do anexo 6 do presente trabalho. Logo no primeiro texto postado no blog da Caravana JN, no dia 31 de julho de 2006, Bial escrevia dando as boas-vindas aos leitores:

Alô, alô, segura aí as últimas, ou melhor, as primeiras da ‘Caravana Rolidei’! Eu sei que certo povo de língua grande, excitável como só, prefere chamar nossa expedição de ‘Priscilão’, tudo certo, cada um dá o que quer, inclusive o apelido que bem lhe apraz. Prefiro citar o belo filme de meu sogro Cacá Diegues, *Bye Bye Brasi*”, pois naquela história de ficção o Brasil se reconheceu – ou melhor não se reconheceu, e se surpreendeu... Grande parte de nossa ‘intelligentsia’ não fazia jus a este título, e ainda não tinha sacado que, como consequência e a despeito da ditadura militar, o Brasil tinha se transformado profundamente. E o filme, do início dos anos 80, - assim como tencionamos nesta empreitada de 2006 - negava-se a fazer um inventário melancólico de nossas perdas. Ao contrário, revelava um país moderno, a teimosa Nação Brasileira que sempre se construiu a despeito do Estado e dos regimes da hora. Além disso, e aquém, a “Rolidei” buscava levar diversão e sonho aos grotões do Brasil profundo, enquanto nossa caravana pretende trazer informação e motivos para sonhar fundo.<sup>56</sup>

Um ano depois de ter escrito esse texto, Pedro Bial volta a comparar a experiência da Caravana JN com a ficção. “Guardando todas as proporções, o filme do Cacá Diegues é uma obra de arte, mas mostrava um Brasil diferente e eu acho que de uma certa maneira a gente também mostrou o Brasil arcaico, que persevera, mas também uma novidade”.

O depoimento foi dado durante a entrevista que ele concedeu para esta dissertação de mestrado, em julho de 2008, agora não mais na estrada, mas de volta ao conforto do próprio lar, no bairro do Jardim Botânico, no Rio de Janeiro. Vejamos o que ele diz sobre a Caravana JN. “Foi um acerto de marketing genial, não apenas por nós termos o William Bonner e a Fátima Bernardes na rua para apresentarem o telejornal, como o próprio JN ficou mais próximo das pessoas”.

Uma aproximação real feita sobre a base de afeto e carinho que se construiu, virtualmente, ao longo de quatro décadas. O Jornal Nacional que se deslocava em Caravana pelo Brasil era o mesmo com o qual os brasileiros aprenderam a conviver e passaram a respeitar. O editor-chefe do JN fala sobre a relação do telejornal com o público e dos efeitos da Caravana sobre ela:

<sup>56</sup> Disponível em <http://www.caravanajn.globolog.com.br> – texto postado em 31/07/2006

Eu tenho certeza de que foi uma experiência muito importante do público com o Jornal Nacional e vice-versa. Foi possível perceber a paixão que as pessoas tem pelo Jornal Nacional. É uma coisa muito impressionante, é assustadora. Adoram o JN. E adoram como a gente adora a Seleção Brasileira, como a mãe adora o filho, como o filho adora a mãe. Às vezes encontrando defeitos, se decepcionando com algum comportamento. A gente não pode agradar a todos o tempo todo. Eu tenho certeza que mesmo as pessoas que adoram ver o Jornal Nacional, vez por outra, ao fim de uma edição, se frustram com alguma reportagem ou com uma não-reportagem sobre algum tema que imaginavam ver ali, é normal.

Carinho externado em pequenos gestos do público. “Havia uma proximidade muito grande. Presentinho, cartaz, foto, desenho”, conta a apresentadora Fátima Bernardes sobre a aproximação que a equipe sentia nas ruas:

Só reafirmou o que eu já imaginava das pessoas. Que elas têm uma identidade com o jornal, que elas se sentem muito próximas. É como se não houvesse cerimônia. Há uma intimidade com o noticiário, de lembrar de coisas ‘ah quando você fez aquilo’, ou ‘quando foi a tal lugar’, ‘ah adoro quando o William pergunta onde está você, Fátima?’. Você passa a ver que é para aquela pessoa que você está falando.

Relacionando o depoimento de Fátima Bernardes às análises feitas tendo por base o livro *O monopólio da fala*, de Muniz Sodré (1984), poderíamos dizer que a familiaridade instaurada pelo rosto da apresentadora do Jornal Nacional, em atitude de conversa íntima com o público, naturaliza a apresentação do mundo feita pelas imagens e estabelece o contato com o telespectador. O surpreendente é perceber que o clima de informalidade e intimidade da TV se repete no trato pessoal. “A gente vê o prestígio do Jornal Nacional. Recebíamos cartinhas de agradecimento, cartazes, desenhos do ônibus”, revela Fátima.

Uma paixão externada com vigor. Algo que se fortifica ao longo dos anos de convívio, como destaca Gisela Pereira:

Eu acho que as pessoas têm uma paixão pela TV Globo. O fato de você estar na Globo é uma paixão. A gente, eu, repórteres-cinematográficos, produtora, nós demos centenas de autógrafos. No início eu tinha muita resistência. Isso já tinha acontecido noutra viagem que eu fiz pela Globo. “Gente, mas eu não sou artista”. Mas você trabalha na Globo, me dá um abraço por favor. E aí eu dei um abraço na pessoa. O que eu vou fazer, também? Não vou dar um abraço? Vou virar as costas? É uma paixão pelo fato de você trabalhar na TV Globo. [...]Eu acho que a paixão é pelo Jornal Nacional, mas pela Globo, a instituição, o fato de você estar numa empresa que significa tanto, como algo que elas conhecem. Qualquer pessoa é criada vendo a Globo.

E quais seriam os possíveis desdobramentos desse encontro entre a equipe do Jornal Nacional e o seu público? A jornalista Fátima Bernardes acredita que contato pessoal pode vir a influenciar a relação do espectador com o próprio telejornal:

Sempre que você conhece alguém ou alguma coisa, desde que você não se decepcione com ela, você passa a ter uma relação diferenciada com aquilo. Então você idolatra uma pessoa, você tem a oportunidade de cruzar com ela na rua e ela é receptiva. Você vai olhar sempre para aquela pessoa de uma maneira ainda mais especial. Embora ele já fosse seu ídolo. Isso eu digo em relação a pessoas que eu já conheci na vida. Há outras com as quais você se decepciona terrivelmente. Você conhece e diz assim ‘que bom seria se eu nunca tivesse conhecido, porque eu queria tanto continuar com aquilo que eu sentia por ela’. Porque profissionalmente eu acho bacana, porque eu acho que a história dela é legal, mas ela como pessoa me decepcionou. Então a partir do momento que você vai para a rua e você tem um encontro que eu senti muito verdadeiro com as pessoas, muito próximo, não dá para esta afetividade não aumentar.

Aproximação foi uma palavra que marcou a Caravana JN em relação ao seu público, segundo a opinião de outros integrantes da equipe. “Eu acho que a Caravana aproximou muito o Jornal Nacional do público. É o JN bate a sua porta”, compara a produtora Ana Paula Brasil, ao avaliar o resultado do projeto, dois anos após a viagem. Em entrevista concedida a esta pesquisadora no dia 10 de setembro de 2008, ela falou sobre as atribuições que tem em sua rotina na redação, no Rio de Janeiro. Ana Paula funciona como um elo entre o Jornal Nacional e a rede de afiliadas da TV Globo. Entretanto, como tripulante do ônibus, ela experimentava uma forma diferente de cobrir o Brasil, engajada pessoalmente na missão de captar e reportar os desejos dos brasileiros. “Faz parte da minha rotina falar com estas afiliadas todos os dias. São mais de 120. A gente é muito bem coberto em todo o país. A diferença é que o ônibus da Caravana JN era um acontecimento”.

A visibilidade da Caravana JN aumentava à medida que o público ia entendendo o projeto. Com humor, Fátima Bernardes descreve a incredulidade demonstrada nas primeiras cidades visitadas: “As pessoas foram se perguntando: o que é isso? Como assim, veio todo mundo do jornal para cá?” William Bonner avalia cronológica e geograficamente o crescimento do assédio a Caravana JN:

A receptividade foi absurda e foi crescendo ao longo da Caravana. Se agente comparar a receptividade que a gente teve no Rio Grande do Sul, nas missões, no ponto de partida da Caravana com o último lugar onde estivemos, que foi a cidade de Goiás, apelidada de Goiás Velho, a comparação é absurda. No Rio Grande do Sul, talvez em parte porque o pessoal da cidade seja mais tímido, mas em grande parte pelo fato de aquilo ser algo muito novo, eles não sabiam o que era aquilo que estava começando. Em Ouro Preto, na segunda parada, com a Fátima, já foi um pouco mais animado o negócio. A terceira parada foi minha de novo, foi no nordeste, aí já era uma febre.

Durante esta pesquisa, buscamos acompanhar as impressões de viagem externadas pela equipe ao longo do percurso. As experiências da Caravana JN foram registradas em depoimentos postados no blog da Caravana JN na internet, conforme já foi destacado antes. Vejamos, então, as sensações descritas por William Bonner, na largada. “No ponto de partida, conheci o frio estrangeiro do inverno gaúcho e a acolhida generosa do Sul brasileiro” escreveu o editor-chefe e apresentador do Jornal Nacional.

A hospitalidade gaúcha, certamente ajudou a equipe a suportar o frio daquela noite de inverno, em São Miguel das Missões. “Foi um lugar muito simbólico e bonito para começar. Eu me lembro que estava frio para chuchu, o hotel era muito mal construído, com pé direito enorme, materiais frios”, lembra Pedro Bial, com certo sarcasmo, indicando que o pior, ainda estava por vir:

Dei a maior mancada correndo lá num *dead line* (horário de fechamento) quando chegou alguém oferecendo um presente ‘ah queria dar um cobertor elétrico’ e eu disse agora estou muito ocupado. Aí o William Bonner falou que ganhou o tal do cobertor elétrico e que era o máximo, que aquecia maravilhosamente bem.

A correria, típica da profissão, acabou por condenar o jornalista a uma noite gelada no sul do Brasil. Depois de ter apresentado várias edições do *Big Brother Brasil (reality show)*, Pedro Bial passava por um momento de imensa popularidade na época em que foi realizada a Caravana JN, como afirmamos antes. A produtora Ana Paula Brasil nos ajuda a compreender o que isso significava na prática:

A gente até brincava que o Bial tinha um tempo de validade. Pois a gente o botava na rua para fazer as entrevistas e dali a uns 40 minutos tinha que recolher. Ele entrava no ônibus para editar a reportagem e ficava cheio de gente em volta. Algumas vezes a gente ainda conseguia por o ônibus num lugar reservado, num estacionamento de hotel, aí era mais tranqüilo. Mas nas cidades pequenas, o ônibus ficava parado no meio da praça. E vinham muitas pessoas para tirar foto, era preciso a maior paciência, a maior atenção.

Repórter que ao longo da viagem acabou recebendo o apelido de “comandante da Caravana JN”, Pedro Bial é sem dúvida um dos grandes responsáveis pela popularidade do projeto, como destaca o editor-chefe do Jornal Nacional, William Bonner:

Se você considerar que as ancoragens eram feitas semana sim semana não, então da primeira para a segunda ancoragem passaram-se catorze dias, da segunda para a terceira passaram-se mais catorze dias. Era um mês, ao longo do qual o Pedro Bial apareceu em todas as edições do Jornal Nacional com seu ônibus, subindo de lugar para lugar, criando expectativa para o destino final dele. As pessoas ficavam curiosas para saber para onde ele iria. E como já havia tido duas ancoragens, o pessoal do nordeste, obviamente, quando viu chegar o ônibus do Bial ensandeceu. Em Petrolina e em Juazeiro, cidades vizinhas, isso foi sensacional. E depois teve em Belém, com uma receptividade louca. Se você olhar aqui na minha sala eu só tenho uma foto, nessa parede repleta de fotos de trabalho eu tenho uma única fotografia da Caravana e aos pés do Padre Cícero, porque aquele foi para mim o momento mais grandioso de tudo o que a gente fez.

Momentos memoráveis também para a jornalista Fátima Bernardes:

Eu acho que em alguns lugares, isso vai ser história para ser contada até a geração dos netos. As pessoas vão contar o que foi aquele dia, como foi, o hotel onde a equipe ficou. Porque para algumas cidades foi um movimento muito forte. Não somente a nossa chegada, já que as apresentações foram feitas em cidades já com perfil maior, exceto no sul, mas a passagem do ônibus. Você imagina, fotos, todos os meninos da técnica davam autógrafos.

Era o *frenesi* provocado pela Caravana JN, uma espécie de febre que se espalhava pelo país, a “*Caravana fever*”, como se refere Ana Paula Brasil ao admitir que o envolvimento das comunidades superou as expectativas da própria equipe.

Fátima Bernardes conta sobre a aproximação do público:

Sentíamos a cerimônia que existe, um pouco. No fundo eles sabem que não somos artistas, mas como a gente aparece na televisão eles querem uma foto, um autógrafo. Aos poucos foi ficando mais íntimo mesmo. De início era: ‘posso botar a mão no seu ombro para fazer uma foto?’. E depois a coisa foi crescendo. O William, então, era uma loucura mesmo, um *frenesi* no final.

Um dos episódios marcantes aconteceu em Santa Inês, no estado do Maranhão, município com pouco mais de 75 mil habitantes. Por lá, a passagem da Caravana JN ganhou ares de “beatlemania”, numa comparação à febre juvenil que se fez ouvida nos concertos de rock e por todos os lugares por onde os *Beatles* passavam, enquanto a banda inglesa fazia história na música mundial:

Havia umas 2 mil pessoas em volta do hotel, a Polícia Militar não os conteve e eles invadiram o hotel. Eu lembro que diziam para mim: ‘Pedro, vai para o quarto’. Quando eu entrei no quarto, havia duas mulheres pulando a janela. Aí eu fui me esconder na lavanderia do hotel, com as lavadeiras. A Ana Paula Brasil, nossa produtora, foi tomar banho e quando entrou no quarto, nua, havia dois garotos entrando pela basculante do banheiro dela. Uma loucura total. Parecia mesmo as cenas dos fãs dos *Beatles*, conta o jornalista, como quem, nitidamente, viveu uma nervosa aventura.

A história da invasão ao hotel foi confirmada pela produtora Ana Paula Brasil:

Eu percebi que o hotel tinha sido invadido porque eu saí do banho e havia uns meninos subindo um no cangote do outro e se pendurando na janela, que era alta. Aí eu falei: ‘caramba’, de onde surgiram estes meninos?’. Quando eu cheguei no corredor, vi outras pessoas fugindo pelo pátio interno. Corri para o quarto do Bial e falei: ‘não sai do quarto que o hotel foi invadido’. E eu fui atrás dos meninos da segurança, que já estavam lá fora desesperados.

O apresentador e editor-chefe do Jornal Nacional, William Bonner, descreve o tipo de recepção que encontrou em cada localidade visitada. “No Rio Grande do Sul eu fui tratado com um respeito como se fosse alguém do poder. Não havia propriamente uma tietagem no Rio Grande do Sul, havia um respeito enorme, lá na área das missões”. No dia seguinte à edição do Jornal Nacional em São Miguel das Missões, Bonner agradecia pelo carinho do público, em seu texto de estreia no blog da Caravana JN:

O que eu vi não vou esquecer de jeito nenhum. Não bastasse a beleza emocionante do lugar, fomos recebidos com um carinho que chega a ser desconcertante. O calor daqueles missioneiros, daquelas crianças, dos pais e avós mostrou que vale a pena este trabalho.<sup>57</sup>

No caso de Ouro Preto, a apresentadora Fátima Bernardes chegou à cidade com dois dias de antecedência:

Aí você vai andar na cidade e começa a conversar com as pessoas. Você vai a uma padaria tomar um café, vai fazer coisas do dia-a-dia. E eu passei a convidar as pessoas: ‘ah, não deixem de segunda-feira irem lá ver como é que vai ser o jornal, por que você não vai lá para ver como ele é feito?’.

<sup>57</sup> Bonner, William. Texto disponível no blog da Caravana JN: <http://www.caravanajn.globolog.com.br>

De sábado até segunda-feira a cidade teve, como hóspede ilustre, a estrela do telejornalismo da Globo. Fátima Bernardes é o tipo de visitante que jamais passa despercebido:

Eu comprei o meu *blaser* em Ouro Preto, para fazer o jornal. Eu levei três, só que eu ficava ao ar livre, de costas para a praça e o fundo fica muito escuro, por mais que estivesse bem iluminado. Eu tinha um cinza, um bege, que estourava muito o meu rosto e um preto. Eu andei, andei, entrei numa loja e achei um de fecho, vermelho. Você não faz idéia da surpresa das pessoas: ‘você vai fazer o jornal com o *blaser* que a minha mãe fez’.

Subindo e descendo as ladeiras de Ouro Preto, Fátima perceberia o quanto ela já era íntima daqueles moradores, embora estivesse afastada da cidade histórica havia muitos anos:

Eu ia numa lojinha, aí começo a olhar e a vendedora diz: está procurando para as meninas ou para o menino? Estou procurando uma lembrança para as meninas. ‘Ah, daqui você tem que levar essas bonecas de cabaça’. É engraçado porque eu só tinha ido há muitos anos, a Ouro Preto. Depois que eu comecei a trabalhar em televisão, eu nunca mais tinha ido a Ouro Preto, mas era como se eu fosse para lá todas as férias, porque as pessoas me conhecem. A conversa é muito íntima.

É indício de que, de tanto assistirem à apresentadora, pela televisão, os espectadores realmente acreditam conhecê-la. Em seus passeios, pelas lojas de Ouro Preto, Fátima ouviu os seguintes comentários, que sempre lhe trazem questionamentos:

Ah eu tenho uma blusa aqui que eu acho que é a sua cara, eu ouvi. Como você sabe se é a minha cara? As pessoas só me vêem de *blaser*, mas é assim. Elas devem imaginar que eu uso *blaser* todo o dia, porque, afinal de contas, eu estou de *blaser* todo o dia. E as cores. Elas dizem: ‘você adora cor, né?’ É verdade, eu gosto de colorido. Houve uma época em que eu só usava paletó desabotoado. As peças estavam sem graça e eu botava umas blusas por dentro mais alegres e eles diziam: ‘estou adorando o paletó desabotoado’. Eu, no lugar delas, nunca iria notar isso Como é que as pessoas ainda têm tempo para prestar atenção em tudo isso?

Mas apesar dos convites pessoais da apresentadora, Fátima conta que o público demorou a chegar para a apresentação ao vivo:

No dia eu imaginei que estaria logo lotado. Havia Telão para eles assistirem na praça enquanto a gente fazia o jornal ao vivo. Não sei se eu estou fazendo um estereótipo, mas uma postura ‘meio mineira mesmo’, quando começou o jornal eu estava achando pouca gente na praça. Já tinha gente, mas não o que a gente imaginou pelo “auê” que havia sido no fim de semana. E, faltando cinco minutos

pro jornal, é como se as pessoas fossem dizendo ‘vamos lá ver se esse jornal vai ser feito de lá mesmo hoje?’ E aí as pessoas começaram a vir, muita gente na rua. Como se fossem chegar mesmo somente para a hora. E aí a praça encheu, ficou muito bonito, foi muito legal. Depois eu fiquei muito tempo dando autógrafos, as pessoas muito curiosas, muita gente orgulhosa, de ter participado, de ter visto a cidade. Até as duas da manhã na porta do restaurante onde fomos jantar, onde a equipe toda foi recebida para jantar, num centro cultural, tinha gente esperando.

A receptividade do público ao Jornal Nacional emocionava a equipe técnica e a direção da emissora. Diretor executivo da Central Globo de Jornalismo, Ali Kamel se empenhava pessoalmente na questão dos autógrafos. “Pôxa, o Jornal Nacional se dispôs a ir até o público, se apresentar ao vivo diante dele em busca de uma maior aproximação, e, após trabalhar, a gente diz tchau sem dar nenhum autógrafo? Todos davam autógrafo”.<sup>58</sup>

“Teve um hotel em que o Bial deixou o autógrafo dele na parede e eu tenho certeza que aquilo já é ponto turístico”, aposta Gisela Pereira, apresentando mais um caso curioso.

A receptividade do público no Sudeste era apenas o começo de algo ainda mais explosivo que estava por vir. O editor-chefe do Jornal Nacional segue o relato sobre a recepção à Caravana JN:

Quanto eu cheguei a Petrolina, o clima era de histeria. Aí era tietagem mesmo, as pessoas queriam ver, pegar. Em Belém foi isso elevado à enésima potência, porque em Belém eu me lembro de ter feito a apresentação do jornal e tive que esperar durante mais de uma hora para sair de onde eu estava, para poder ir para um restaurante ao lado. E só consegui pelos fundos, a multidão se recusava a ir embora. Entrei pelos fundos, o restaurante foi fechado e as pessoas não iam embora. Quando eram 3 horas da manhã chega um segurança e diz para mim: ‘William tem um pessoal aí na frente ainda. Mas no meio do pessoal tem uma senhora, ela só queria tirar uma foto’. É óbvio que eu saí para tirar uma foto com ela. Eram 3 horas da manhã.

O assédio do público era mais um aspecto, dentro de uma série de transformações a que se submeteram os membros da equipe para desenvolver o trabalho de reportagem, ao longo de dois meses de viagem. As informações coletadas junto aos profissionais da TV Globo dão uma ideia razoável de como era o dia-a-dia de trabalho na Caravana JN, o que nos permite apontar as mudanças observadas em termos das rotinas produtivas. Para cumprir sua missão, a Caravana JN tinha que se adaptar aos lugares por onde passava. Assim,

---

<sup>58</sup> Kamel, Ali. Em entrevista a Revista *A Maior Reportagem do Brasil*, 2000. Fascículo 2, p.15.

pequenas redações surgiam ao longo do caminho, numa tentativa de reproduzir a atmosfera do jornalismo em locais com as mais diferentes características:

No hotel, a gente usava uma sala para reuniões sobre trabalho, com todo mundo junto, os diversos departamentos como engenharia, informática, jornalismo. E os repórteres vinham chegando para produzir as suas reportagens. A gente tinha uma mini-redação improvisada, com *lap tops*, onde você trabalhava no espelho, escrevia a página. Eu achei que foi muito fascinante, avalia Fátima Bernardes.

Obviamente que a infraestrutura local variava de acordo com as cidades visitadas, mas tinha que ser aproveitada ao máximo pela equipe. Gisela colabora com outros detalhes sobre a rotina de trabalho na estrada:

Todo mundo fazia um pouco de tudo. Eu era uma fotógrafa que não sou, era assessora de imprensa. No que eu entrei na Caravana passei a colaborar também com o blog. Não dava para colaborar toda hora, porque as nossas conexões (de internet) eram terríveis, só que as pessoas são muito legais. Em vários momentos, estava eu na recepção de um hotel de beira de estrada, na administração ou na sala do dono, para mandar coisas rapidamente. Em alguns lugares a gente não tinha conexão de *lap top*. Quando eu podia também ajudava a produzir, achar entrevistados. Nas filmagens eu ajudava como podia, porque eu acompanhava tudo, estava em quase todas as gravações.

Se a popularidade da Caravana JN ia aumentando ao longo do percurso, foi a partir de São Paulo que o assédio tornou-se mais visível, conforme relata Ana Paula Brasil.

No começo a gente saía sem segurança. Os seguranças viajaram, a princípio, para guardar o ônibus e o equipamento, já que estávamos viajando com equipamentos muito caros. E o Pedro (Bial) ia para rua só com cinegrafista. Aí teve um dia em que eu me vi fazendo leão-de-chácara para o Pedro Bial. No interior de São Paulo começou a acontecer o assédio. Quando junta muita gente é difícil. Eu dizia ‘Pedro nunca apanhei tanto por causa de um homem’. Depois dos *Big Brothers* ele passou a ser visto pelo público de uma maneira um pouco diferente. Além disso a gente estava em lugares onde as coisas pouco acontecem. Num grande centro, até conseguiríamos trabalhar melhor mas numa cidade pequena não.

Pedro Bial desabafa. “Eu fiquei altamente paranóico. Foi traumático, porque eu tinha que trabalhar e ao mesmo tempo em algumas coisas eu não conseguia trabalhar”. E logo começaram a surgir obstáculos para a rotina da reportagem, segundo nos conta a produtora Ana Paula. “No começo isso não era um problema. Mas depois, o fato de a gente estar na cidade virou um carnaval e a gente tinha dificuldade para trabalhar”.

Como já dissemos antes, o assédio não era direcionado somente aos rostos mais conhecidos da TV Globo. Fátima Bernardes já havia contado sobre a

aproximação do público com o resto da equipe. Ana Paula Brasil confirma, em tom bem-humorado, as inúmeras vezes em que se viu às voltas com pedidos de autógrafa:

Toda a equipe dava autógrafos, até o motorista. No começo eu dizia: ‘mas eu não apareço na televisão’. Mas você trabalha na TV Globo, a gente nunca sabe. Amanhã ou depois você está na novela e eu já tenho o autógrafa. Na primeira e na segunda vez você argumenta, na terceira já pergunta: qual é o seu nome mesmo?

Se, por um lado, multidão era sinônimo de transtorno, por outro, onde há gente há notícia. Ao menos para aqueles com faro jornalístico apurado. Pedro Bial relata um episódio de pura inspiração. “Houve um evento em Souza, na Paraíba, um sítio de pegadas de dinossauros. Eu estava com a Ana Paula Brasil e chegou um ônibus cheio de crianças. Ela falou: ‘acabou a nossa matéria’. E eu falei chegou a nossa matéria”. As crianças acabaram sendo entrevistadas para a reportagem.

“De barco, na Amazônia, a gente viu uma ‘fumacinha’ ali adiante. Era uma serraria doméstica, de uma família, no fim do mundo. E eles eram altamente politizados, informados sobre política e eles viam o Jornal Nacional religiosamente”. A viagem deu cara e nome à audiência do JN. Em cada encontro, emoções novas. Algumas inesquecíveis, conta Gisela:

Na Amazônia, a gente saltou do barco. Estava havendo uma partida de futebol clássico da cidade. Num lugar muito pequeno. As crianças cercaram o Bial e pediram para tirar fotos com a câmera delas. Aí uma menina chegou, bateu na minha perna, toda “educadinha”: ‘moça será que dá para eu tirar uma foto com ele?’. Eu falei: ‘ah, pergunta, acho que ele não vai se importar não. Vai lá’. Deu para perceber que ele estava conversando com alguém. Ela disse: ‘eu não quero atrapalhar’. No fim ela veio para mim de novo e disse: ‘será que eu posso tirar agora?’ Eu senti que ela estava muito tímida, ao contrário da maioria das pessoas nessa viagem. Eu falei: ‘vai lá, me da a sua câmera’. Ela disse: ‘eu não tenho câmera’. Então tá eu tiro com a minha. No fim perguntei: ‘para onde eu mando?’ ‘Ah, não precisa mandar não, o endereço é muito difícil’. Essa resposta representa o Brasil. Ela disse que essa foto não vai chegar, porque ela morava lá no meio do nada. ‘Mas fica para vocês, para vocês lembrarem de mim’. Eu fiquei chocada. As pessoas me emocionaram muito.

Na Amazônia, preocupação com o tamanho da multidão. “Quando nós chegamos ao rio Amazonas, tivemos que arrumar matérias longe das cidades, senão não tinha como trabalhar. Vinham três mil pessoas para o cais do porto, corria até o risco de o píer cair”, conta Pedro Bial. “Eu não sou um cara que leva

muito tranquilamente (a multidão). A Fátima é um show, ela sai, sorri para as pessoas, tem paciência. Eu começo a ficar nervoso com a multidão em torno de mim, não me sinto bem”.

Fátima Bernardes justifica a tranquilidade. “Como eu tive uma experiência de repórter, eu nunca tive um distanciamento muito grande do telespectador. Eu tenho contato com essas pessoas, de alguma forma. Eu acho que o assédio é respeitoso.” A jornalista acredita que, no caso dela, a forma de aproximação do público também é resultante dos efeitos provocados pelas relações sociais. “A imagem muito ligada ao William em termos da apresentação, e de as pessoas saberem dessa família que eles imaginam tão perfeita, né? Com filhos, cria uma relação de admiração”.

Sob esse aspecto, podemos retomar o trabalho de Muniz Sodré (1984), já destacado no capítulo 5. De acordo com o autor, a relação de confiança entre o público e o apresentador de TV se baseia em aparentes virtudes familiares (Sodré, 1984, p. 64). Fátima Bernardes fala sobre a responsabilidade de ter que corresponder a um ideal que pode, eventualmente, não ser verdadeiro:

Cria uma relação de perfeição, infelizmente, de que tudo funciona. Então por mais que em entrevistas eu diga que também não funciona, também dá errado, também eu tenho filho doente, também eu tenho cabelo para cima, unha que não foi feita, na hora do jornal isso não aparece porque existe um rigor. Eu brinco com as pessoas. O papa usa pijama, mas eu nunca vi ele aparecer na Praça de São Pedro de pijama. É a liturgia do cargo.

Depois da passagem da Caravana JN por essas cidades, a impressão que os espectadores vão ter do programa, em muito estará relacionada à qualidade do primeiro contato com os profissionais que dela participaram. Fátima Bernardes expõe o perfil que reside por trás da apresentadora do Jornal Nacional. Nele, descobrimos apenas semelhanças com a jornalista famosa. Ou seja, o que existe é a busca por uma identidade constante, seja no vídeo ou no trato pessoal:

Eu sempre digo que o elogio que mais me deixa feliz é quando as pessoas dizem que eu sou igual ao vivo do que na TV. No telejornalismo, eu não acredito em artificialismo. Uma coisa mais posada, num gesto estudado, num voltar de câmera preparado. Eu acho que as pessoas percebem. Se eu estou em casa e vejo algo muito estudado eu pergunto: por quê? Se há uma matéria que me chocou e chocou a você, em casa, talvez eu não precise de muito artificialismo para mostrar isso, basta prestar atenção e dar uma pausa, que eu acho que é uma pausa de respiro. Tipo: ufa! Vamos ter que continuar depois disso. Porque quanto mais natural eu reagir vai ser melhor. Eu sempre procuro ser do jeito que eu sou e

quando as pessoas me encontrarem elas não vão ter um choque. Eu acho que é isso que eu mais busco. Ser parecida comigo mesma, ou seja, quem eu sou? Eu sou uma pessoa simples, sou uma pessoa de história simples, uma pessoa que se emociona com as coisas, mas muito controlada. Eu não sou uma pessoa que me escabelo normalmente, não me irrita com facilidade. Então tudo isso eu procuro que o jornal seja também.

Lidar com o assédio e a admiração dos outros faz parte da vida de quem trabalha num veículo de massa como a televisão. As possibilidades infinitas de o veículo surpreender o público são seus grandes desafios e suas maiores armas. Num universo mutável e de criação constante, às vezes pode se tornar difícil mensurar os efeitos de cada novo projeto. E não são raras as vezes em que os próprios profissionais envolvidos se surpreendem com os resultados. Mesmo quem já convive com o público há quase trinta anos pode se surpreender a cada nova empreitada. Pedro Bial, por exemplo, destaca uma certa ambivalência no comportamento do público, o que seria definido por ele como um misto de admiração e ódio:

Uma coisa muito ambivalente porque as vezes em que eu passei no meio de povo foram tapas, unhas. Essa história de que é muito bom o carinho que emana dos fãs é muito dúbia, a relação das pessoas com as chamadas pessoas públicas, ou celebridades é muito ambígua, ambivalente, tem muito amor e muito ódio. A minha experiência pessoal, por um lado eu voltei muito assustado, não tem para onde fugir.

À parte o contato com o público, atravessar o Brasil, de ônibus, logo se apresentou como algo bem mais difícil do que muitos poderiam supor. Infelizmente, as fragilidades operacionais começaram a se revelar logo no início da viagem. Problemas de mecânica com o ônibus modelo 1984. “Era uma cenografia ambulante, quebrava toda hora. Conforto zero. O ar condicionado não funcionou quando precisamos dele, funcionou dez minutos em toda a viagem”, revela Pedro Bial.

“Aquele ônibus era um *outdoor*”, compara Ana Paula Brasil. “O ônibus era muito fotogênico, mas atravessamos o Piauí sem ar condicionado”. Os problemas começaram antes mesmo da partida oficial da Caravana JN, na viagem do Rio de Janeiro para o Rio Grande do Sul. “Chegamos a São Miguel das Missões depois de uma viagem de três dias trágicos na estrada, a viagem de ensaio do ônibus foi muito difícil. O ônibus já não era grande coisa e a gente fez muitas adaptações, o ônibus foi muito mexido”. Ana Paula acreditava que o percurso

entre o Rio de Janeiro e o Rio Grande do Sul seria tranquilo, “bom para testar os motores, humores e equipamentos”. Puro engano:

Na quinta-feira, dia da partida, ainda na garagem da Globo, o ônibus não pegava. O bloqueador de combustível impedia o veículo de funcionar. Resolvido o problema, fomos para a estrada. Mas não muito longe. Na entrada da Via Dutra, problema no gerador. O ônibus consumia energia demais. Pára, mexe daqui, mexe dali e descobre-se o defeito: uma tomada em curto, descoberta com a ajuda da cafeteira.<sup>59</sup>

Tudo teve que ser adaptado. Alguns contratemplos foram inevitáveis. Houve problemas com a ilha de edição e com a impressora por causa da trepidação. Um vazamento de água no bagageiro obrigou a equipe a mudar todo o equipamento de lugar. Em General Carneiro, Santa Catarina, o ônibus quebrou de novo. Dessa vez era problema na embreagem. O único mecânico da localidade foi retirado do funeral do melhor amigo para dar socorro à equipe. O grupo chegou a São Miguel das Missões no fim da tarde de domingo, prazo limite para darem início à Caravana JN, no dia seguinte. Ufa! Estavam prontos para os 16 mil quilômetros que viriam pela frente.<sup>60</sup>

O sono e o cansaço eram combatidos com horas de repouso em hotéis ou pousadas pelo caminho, sem falar nos cochilos durante o tempo de estrada. “Tinha cama se precisasse dormir numa emergência, quatro camas. Durante a viagem, a gente trabalhava no *laptop*, dormia, lia”, relembra Ana Paula. Para Gisela, o desgaste físico foi o maior desafio:

Nós tivemos muitas dificuldades em várias coisas, mas no meu caso, específico, foi o cansaço. Era muita “ralação” e eu já vinha de uma pedreira de dois meses anteriores na Copa do Mundo. Então, teve momentos em que eu estava muito cansada. E o cansaço físico acaba provocando um cansaço de cabeça. Teve uma hora que foi muito forte. Às vezes a gente chegava no hotel 2 horas da manhã e tinha que acordar às 5 ou 6 horas. E isso não acontecia uma vez, nem duas vezes. Isso aconteceu muitas vezes. A gente não conseguia ter folga

Quanto à bagagem, excessos eram proibidos, como revela Ana Paula Brasil. “Mala muito prática, *glamour* zero, só roupa de briga, calça cargo que vira bermuda, uma bota, uma sandália, mala bem leve”. E a saudade de casa? “Na época eu estava no meu primeiro casamento e o meu marido foi me encontrar em Ouro Preto e em Belém”, confia a produtora da Caravana JN.

<sup>59</sup> Brasil, Ana Paula. Em entrevista à Revista *A Maior Reportagem do Brasil*, Fascículo 2, p.7.

<sup>60</sup> (idem)

A tecnologia também ajudava a encurtar distâncias e amainar saudades. O operador Vinícius Ferraz de Andrade fazia uso de ferramentas como a internet para se comunicar com a família durante o tempo de estrada:

A saudade da família e dos amigos era grande e aumentava ao longo da viagem. Por meio de telefonemas, e-mails e recados deixados no blog da Caravana, ia mantendo contato com todos no Rio. Sem dúvida o que mais me ajudou a superar tanta saudade foi a presença da família da Caravana, pois um cuidava do outro.<sup>61</sup>

Uma “família” unida por um objetivo. Gisela também destaca o espírito de equipe do grupo:

A convivência é difícil e claro que em um momento ou outro houve pequenos atritos. Mas nada grave e isso foi algo que facilitou muito essa viagem. Todo mundo foi com essa cabeça: a gente tem que se dar bem. Quando houve dificuldade, tentou-se superar a dificuldade. É impossível não ter uma briga em dois meses. Mas nós nos ajudávamos muito.

Com seus sacrifícios e prazeres, a rotina de viagem da Caravana JN serve de exemplo para o tipo de natureza observada no jornalismo e que, segundo Traquina, o diferencia das demais ocupações:

Uma natureza que sobressai na cultura jornalística é a dos sacrifícios pessoais, dos efeitos nocivos que as longas horas, e possivelmente irregulares, horas da profissão têm sobre a vida privada do jornalista: problemas de saúde, casamentos desfeitos, família adiada, economias fracas, e ausência da vida privada. Para esta comunidade de crenças, um objeto de culto é a própria profissão que exige dedicação total porque o telejornalismo não é uma simples ocupação, um passatempo; é mais que um trabalho porque é uma vida (Traquina, 2005, p. 53).

Para Pedro Bial, uma questão de empenho. “Cada um indo além dos seus limites, trabalhando como se acreditasse ser o super-homem, inclusive as supermoças. Pela frente, o Brasil. Para nos desconstruir, desmentir, machucar, comover. Um Brasil a testemunhar”.<sup>62</sup>

Era preciso ultrapassar limites físicos e psicológicos. Na Caravana JN, os sacrifícios pessoais, descritos por Traquina (2005, p. 53) como parte da natureza do jornalismo, acabaram por atestar o profissionalismo de toda a equipe. O relato, orgulhoso, vem da jornalista Gisela Pereira:

<sup>61</sup> Depoimento de Vinícius Ferraz de Andrade à Revista *A Maior Reportagem do Brasil*, Fascículo 2, p. 9.

<sup>62</sup> Depoimento de Pedro Bial à Revista *A Maior Reportagem do Brasil*, Fascículo 2, p. 2.

Eu achei isso muito interessante e eu não falo porque eu trabalho aqui, não. Mas em algum momento da viagem alguém podia dizer assim: ‘ah, estou tão cansado. Vamos fazer assim hoje, mais rapidinho?’ Não, é impressionante. A galera é muito profissional. Apesar de todo o cansaço vamos fazer “bom para caramba”.

A pressão de estar fazendo telejornalismo itinerante era grande, como aponta Maria Thereza Pinheiro, uma das coordenadoras-gerais da Caravana JN:

O Jornalismo é movido a adrenalina, especialmente o telejornalismo. Não basta só o fato; temos de cumprir um *dead-line* implacável, driblar as manhas do equipamento que cisma de encrencar na hora errada, combinar texto e imagem, ser emocionante e informativo ao mesmo tempo. Na Caravana todos esses desafios foram levados ao extremo, e deu certo.<sup>63</sup>

A recompensa vem da constante fonte de alegria e de satisfação pelo trabalho bem feito e pela oportunidade de servir, de contribuir para o bem-estar da sociedade. Gisela avalia os possíveis efeitos da Caravana JN sobre o público do telejornal. “Depois da visita, o morador pensa: ‘esse jornal também fala de mim’. Quem foi entrevistado certamente dirá: este jornal também fala de mim, me representa também”.

Ao falarem sobre os sacrifícios feitos em nome do telejornalismo, os profissionais da Caravana JN corporificam, em experiências vividas, a tese defendida por Traquina em teoria. Todavia, apesar do esforço empenhado, é preciso que se destaque também o imenso contentamento de exercer a profissão. O que, para Fátima Bernardes, pode acabar contribuindo para o excesso de atividades:

Como jornalista a gente não deixa o cartão de ponto em lugar nenhum. Supermercado, na rua mesmo, eu faço muita coisa, tenho muito contato com as pessoas. Eu vou a tudo que é canto. Eu encontro com uma pessoa ela conversa comigo: mas Fátima, esse negócio da bolsa vai mesmo subir juros, eu vou pagar mais pelo meu crediário? No mercado, elas perguntam: ‘Fátima eu não entendi aquele negócio’. Você pode não estar no trabalho 24 horas mas você é jornalista 24h. Eu vou à reunião de escola e penso: puxa, isso dava uma pauta. Esse contato com o público te dá muito subsídio, te munícia da vida de verdade, né? Eu não abro mão de conversar muito com as pessoas. Acho que é assim que você vai percebendo como as pessoas estão sentindo o que você está fazendo.

Perdoem-nos aqueles que possam considerar o comentário, a seguir, uma intromissão em seara pessoal, mas o nível de sinceridade e detalhamento com que

---

<sup>63</sup> Depoimento de Maria Thereza Pinheiro à Revista *A Maior Reportagem do Brasil*, Fascículo 2. p. 13.

foram concedidas as entrevistas para esse estudo permite-nos inferências com base em informações concretas. Para um casal de jornalistas, como é o caso de William Bonner e Fátima Bernardes, a dedicação intensa ao ofício, que, conforme mostrou Traquina (2005), é inerente à profissão, pode resultar em eventual privação do convívio familiar. Fátima Bernardes, mãe de filhos trigêmeos, conta que eles são obrigados a lidar com as frequentes viagens a trabalho dos pais:

As crianças sabem. Às vezes eles falam assim: ‘será que alguma vez não vai nenhum dos dois para lugar nenhum?’ ‘Na próxima Copa vocês vão?’ Na outra foi a mamãe, dessa vez vai o papai. ‘Mas alguma vez não vai ninguém?’ Mas é importante para o jornal, explica ela.

Afastar-se de casa também não foi problema para Gisela. Afinal a experiência da Caravana JN valia o desafio:

Quando eu estava na Copa do Mundo, a minha chefe me disse: ‘eu tenho uma missão para você: não sei se você vai adorar ou odiar’. Ela me contou e eu adorei na mesma hora. Só que era assim, eu chegava da Copa num domingo e viajava na quinta-feira de novo. De uma viagem de dois meses para outra de dois meses, com quatro dias em casa.

Esse fascínio que o jornalismo exerce sobre os que a ele se dedicam move os profissionais a enfrentarem, inclusive, situações adversas em prol de um objetivo na carreira. No caso da Caravana JN, nosso objeto de estudo, também houve momentos de tensão, como relata Ana Paula Brasil:

No “polígono da maconha” a gente atravessou com escolta, com grupamento tático da caatinga. Porque a direção (da TV Globo) conversou com a Polícia Federal que o projeto ia acontecer e com o tipo de equipamento que estávamos levando e com o Pedro Bial. E pela nossa segurança houve um aconselhamento de que, naquele trecho, a gente aceitasse a ajuda da polícia. Era tanta escolta, helicóptero, homem armado, que não deu nem para sentir medo. A gente teve também reforço da segurança da TV Globo, de pessoal treinado.

Esse não foi o único momento de apreensão. “Em Belém foi mais tumultuado. O barco que a gente tinha contratado afundou e tivemos que contratar outro às pressas, foi uma confusão, a capitania dos portos envolvida”, relembra a jornalista.

Contratempos à parte, o que será que os jornalistas encontraram pelo caminho?

Uma constatação imediata preocupa a qualquer um que sonhe com um Brasil desenvolvido. “O que a gente encontrou de cara foi uma falta de interesse, uma falta de entusiasmo. As pessoas estavam vindo de dois anos de escândalos de ‘mensalão’<sup>64</sup>, totalmente anestesiadas e não estavam nem ligando para as eleições. Não estavam nem aí”, conta Pedro Bial.

“A maioria das pessoas, e no mundo todo é assim, as pessoas não gostam de ver política. Não é algo prazeroso para elas. No entanto, no mundo inteiro, os telejornais sérios cobrem política, porque é necessário”, diz o editor-chefe do Jornal Nacional, William Bonner.

O jornalista Pedro Bial se orgulha do que acredita ter sido um dos grandes resultados do trabalho da Caravana JN:

Eu acho que a Caravana teve um papel legal de tentar motivar, de mostrar que o voto vale sim. Quebrar um pouco do desencanto e do cinismo que estavam rolando, de que voto é tudo a mesma coisa. A antepenúltima matéria foi num cartório eleitoral, numa cidade perto de Brasília, em que tinha um delegado, jovem, falando sobre a importância do voto, que era emocionante. Era muito legal e isso eu acho que contribuiu. A matéria terminava com a palavra fim, que aparece na urna eletrônica e dizendo: ‘urna, o único lugar onde a palavra fim que dizer começo, porque é ali que começa, a democracia não é só o voto.

Fátima Bernardes destaca outros aspectos do trabalho:

A gente deu, nessa Caravana, um peso muito igual a todo o país, a todos os votos desse país. Ficou claro que cada voto era muito importante. Mostrar que você que está lá no Amapá, ou você que estava no sul ou sudeste, que o seu voto tinha exatamente o mesmo peso. Esse despertar que era muito importante. Se alguém votou de uma maneira mais consciente já mudou, já melhorou.

Algumas constatações chamaram atenção da equipe. Uma delas é que muitas pessoas ficavam incomodadas em denunciar problemas locais. A produtora do Jornal Nacional, Ana Paula Brasil, dá exemplos que nos ajudam a compreender melhor a situação:

O brasileiro não gosta que você fale mal da cidade dele, da região dele. Às vezes a gente dizia assim: ‘nossa a gente tem que denunciar este problema’. Ah não, então mostra o jardim zoológico que é lindo, o jardim botânico que é lindo. Mas todo mundo já sabe que aqui tem um jardim lindo, a gente tem que mostrar este buraco aqui. O brasileiro é muito sentimental, num aspecto ruim da palavra.

---

<sup>64</sup> Escândalo do Mensalão: denúncia de um esquema de compra de votos de parlamentares que gerou uma crise política nos anos de 2005/2006. O termo foi usado pelo deputado Roberto Jefferson para se referir a uma suposta mesada paga a deputados para votarem a favor do Poder Executivo (fonte: Wikipedia).

A falta de atitude para denunciar problemas, associada à apatia política, pode resultar em pouco desenvolvimento seja em qual região for do país. O desânimo com a política, que se observa no interior do Brasil, foi uma das maiores decepções que teve, durante a viagem, o repórter-cinematográfico Hélio Alvarez. Depois de 18 anos vivendo em Nova York ele havia retornado ao Brasil em 2002. A viagem no ônibus do JN foi uma maneira de se reaproximar da realidade do próprio país:

Uma surpresa boa foi o povo. O brasileiro tem paixão pela vida. Por pior que seja a situação, ele não perde a esperança e tampouco deixa de celebrar a vida. Bem diferente do anglo-saxão. A primeira decepção foi constatar como a política no Brasil afasta as pessoas de bem. Elas poderiam contribuir muito, mas não querem se contaminar com a política profissional, pois a consideram corrupta.<sup>65</sup>

O exemplo da Caravana JN funciona como ponto de partida para investigarmos a formação de uma identidade brasileira e trazermos à discussão a rica diversidade humana que habita nosso país.

Após realizar 52 reportagens, Pedro Bial destaca que as identidades regionais são os elementos que mais se destacaram durante as entrevistas da Caravana JN:

A identidade regional é a primeira coisa que as pessoas querem afirmar quando você chega a um lugar. Depois é a história. Todo mundo falava: ‘nesse lugar aconteceu...a primeira coisa que as pessoas iam falar do lugar era sobre as belezas naturais e a história. Em Penedo, Alagoas, até hoje se fala sobre a viagem de Dom Pedro II, que passou apenas dois dias lá, no século XIX.

O caso, contado pelo repórter com agradável toque de humor, ajuda a compreender a maneira como os brasileiros se vêem. Bial segue o raciocínio:

Depois desse orgulho regional tem sim um sentimento de nação, de brasilidade. Eu acho que esse papel foi muito cumprido pela TV Globo num outro momento, num período da ditadura militar e pós-ditadura militar, em que a TV Globo foi muito unificadora. O fato de a gente falar a mesma língua e ter a identidade cultural que o brasileiro tem, muito se deve a ela. Ao mesmo tempo, quando a gente sai para a estrada para viajar pelo Brasil o que encontra é a imensa diversidade.

Ciro Marcondes Filho afirma que “tem-se identidade cultural quando se reconhece em objetos, em falas, em estórias a presença de elementos que

---

<sup>65</sup> Depoimento do repórter-cinematográfico Hélio Alvarez à Revista *A Maior Reportagem do Brasil*, Fascículo 2, p.10.

compõem uma totalidade intelectual, espiritual e orgânica, produto de práticas sociais de determinada sociedade” (Marcondes Filho, 1988 p. 31). Canclini reforça a ideia de que a construção de uma identidade passa pelos processos da comunicação de massa:

A possibilidade de se reconstruir um imaginário comum para as experiências urbanas deve combinar o enraizamento territorial de bairros ou grupos com a participação solidária na informação e com o desenvolvimento cultural proporcionado pelos meios de comunicação de massa, na medida em que estes representem os interesses públicos. A cidadania já não se constitui apenas em relação a movimentos sociais locais, mas também em processos de comunicação de massa (Canclini, 2006, p. 110).

Após dois meses de viagem, o jornalista Pedro Bial diz ter se aproximado da sociedade brasileira, questionando seu caráter uno:

Existe aquela frase célebre da Margareth Thatcher, que diz “eu não reconheço tal coisa chamada sociedade inglesa. Eu reconheço o indivíduo e sua família”. E eu me pautava assim. Eu não vou conseguir entrevistar a sociedade brasileira, mas eu vou conseguir entrevistar o indivíduo brasileiro, a família, o que eles desejam, este era o mote de tudo, os desejos do Brasil. Por mais que se criou essa identidade brasileira, a diversidade regional, não perdeu em viço, pelo contrário.

“É a partir das novas maneiras de juntar-se e de excluir-se, de desconhecer-se e se reconhecer que adquire consistência social e relevância cognitiva aquilo que passa em e pelas mídias e pelas novas tecnologias da comunicação” (Barbero, 2004, p. 220). A compreensão de que são muitos os brasileiros é algo presente na filosofia do Jornal Nacional, segundo o editor-chefe, William Bonner:

No Jornal Nacional, pelo menos enquanto eu estou aqui no comando, eu nunca digo - e você pode procurar em arquivos - eu nunca digo o brasileiro faz isso ou aquilo. Eu ponho sempre no plural. Somos muitos, somos muito diferentes, somos diversos. Esta é a palavra correta, somos diversos, no sentido de que somos numerosos e de que somos diferentes. Há algo que nos une, claro que sim. Há um sentido de nacionalidade e que se dá em diversos pontos comuns de cultura, por exemplo, da própria língua e a língua é muito importante. Nós nos identificamos como brasileiros e identificamos as nossas diferenças.

A viagem da Caravana JN serviu de janela para mostrar tais diferenças, aposta Fátima Bernardes. “Ela teve um papel de percepção das diferenças e de como é legal que a gente, apesar de todas essas diferenças, estejamos juntos, como um país como uma nação como uma federação”. Pedro Bial faz uma ressalva:

Isso depende muito da educação. Alguém um pouco mais instruído, que teve um pouquinho mais de oportunidades e que aproveitou melhor as oportunidades, esse tem uma consciência de Brasil, de brasilidade do que representa a nação. Enquanto aquele que não teve a mínima educação acha que é uma abstração, que é folclore, que é a seleção brasileira que melhor nos representa. É incrível a diferença que faz.

Ao mostrar as diferenças dos brasileiros, a Caravana JN seguiu a linha do Jornal Nacional, e que já foi descrita acima por William Bonner. Se nesse sentido não houve surpresa, a vivência na estrada, esta sim, deixou marcas permanentes no jornalista e apresentador.

A Caravana JN, nesse sentido, para mim ela não foi nova em absolutamente nada. Porque este era um conceito que eu já tinha guardado desde que me entendo por editor. Porém, experimentar a diferença, frente a frente, em tão pouco tempo, ter contato com sotaques tão distintos, cenários tão diferentes, isso foi verdadeiramente maravilhoso. Foi maravilhoso porque é a experiência empírica daquilo que em tese eu já dominava, já sabia e já defendia no trato das notícias e dos textos do JN.

A Caravana JN, portanto, deu oportunidade aos jornalistas para que conhecessem, de fato, o seu próprio público. Na introdução deste estudo já havíamos destacado o fato de que os profissionais de televisão trabalham apenas com uma representação do que possa ser o seu espectador:

Essa característica determinante e misteriosa do destinatário das imagens é que, de alguma forma, influencia previamente, mas de maneira não explícita, a maneira como as imagens devem ser recebidas e montadas. Essa mistura de uma produção e de uma difusão de imagens de gêneros diferentes, que devem atrair a curiosidade de um público multiforme que as recebe no local mais privado, o domicílio, constrói uma configuração inteiramente original (Wolton, 2006, p. 75).

Desvendar o grande público é o que instiga os profissionais de televisão. Segundo Wolton (2006, p. 131), “o que está em jogo é o milagre de uma reunião de públicos que, por outro lado, tudo separa e distingue. E manter esse milagre numa sociedade que legitima e busca os fracionamentos sociais e culturais se torna um grande desafio”. Quanto à capacidade da televisão de criar laços sociais, a exemplo do que afirma Wolton, o editor-chefe do Jornal Nacional, William Bonner opina:

Eu acho que ela reforça algo que já existe. Eu não acho que a TV Globo cria laços, eu acho que ela reforça laços existentes na nacionalidade. A produção de cultura da TV Globo, a Globo como indústria cultural ela produz cultura. E essa produção de cultura brasileira, de qualidade, presente já há tantos anos nos lares, no universo cultural dos brasileiros, isso é de um valor difícil de medir. [...] Quanto vale a marca Rede Globo. A gente sabe que nessas avaliações de valor de *branding* a marca Globo é uma das mais valorizadas do Brasil. É *top 10*, está entre as marcas mais famosas e mais respeitadas do Brasil. Obviamente isso se manifesta, estende seus braços sobre esse conceito dos laços nacionais, dos laços culturais.

Poucos autores teriam tanta autoridade para falar sobre o caso da TV Globo quanto o francês Dominique Wolton, que estudou o trabalho da emissora a fundo, em *Elogio do grande público*:

No que concerne especificamente ao Brasil, podemos dizer que resta à TV Globo fazer a ligação entre três dimensões essenciais: o passado e o presente, as classes sociais, a identidade nacional. Na medida em que ela chegar a manter uma tensão entre essas três dimensões, continuará sendo um laço social (Wolton, 2006, p. 166).

Neste capítulo, ouvimos os profissionais da TV Globo que estiveram envolvidos no projeto da Caravana JN. Seus relatos contribuíram sobremaneira para nossas análises sobre as rotinas produtivas do telejornalismo de rede e as adaptações que se fizeram necessárias durante os dois meses de viagem. Além disso, tivemos a oportunidade de conhecer a avaliação feita pela equipe, posteriormente ao projeto, ao mesmo tempo em que relembramos momentos marcantes da Caravana JN. Também discutimos o papel da televisão na criação de uma ideia de brasilidade.

No próximo item, estudaremos a evolução tecnológica em torno da comunicação de massa, em especial a televisão e as transmissões por satélite, cujos avanços tornaram possível a realização do projeto da Caravana JN.

## 6.1. Tecnologia

Se já no século XVIII a comunicação era vista como um fator de integração das sociedades humanas, podemos dizer que na atualidade esse fenômeno ganhou ainda mais relevância quanto à sua capacidade de transformar e redesenhar o mapa social. A história é testemunha da maneira como a comunicação contribuiu para a organização do trabalho coletivo, para a circulação das riquezas e para a administração das sociedades industriais. Posteriormente,

descobertas tecnológicas e científicas aproximaram comunidades distantes e aumentaram a velocidade e a intensidade das relações, permitindo que o processo de comunicação fosse estudado em termos massivos e globais:

Se no processo de formação da nacionalidade a escola, a imprensa e os meios de transporte desempenham um papel fundamental, o mesmo aconteceu com o surgimento de um sistema moderno de comunicação. Antes de sua existência, os países eram compostos por elementos desconectados entre si, uma região não “falava” com a outra. A rede comunicativa (estradas de ferro, telégrafo, transportes, jornais, etc.) articulou, pela primeira vez, este emaranhado de pontos interligados entre si (Ortiz, 2006, p. 44).

Tais mudanças na esfera da sociedade acabaram por transformar o modelo que se tinha do âmbito público como um cenário em que cidadãos discutem e decidem assuntos de interesse coletivo. Se antes da revolução industrial e da proliferação dos veículos de comunicação, o espaço público era a praça, e o encontro coletivo de grupos para discutir a sociedade se dava de forma presencial, na modernidade, isso deixa de acontecer. As máquinas entram nessa equação como uma variável que era inexistente séculos atrás, mas que agora é reconhecida em sua magnitude e em sua capacidade de gerar comunicação.

Nos primeiros anos da televisão brasileira, produzir um telejornal era praticamente “uma obra de artesanato”, compara João Walter Sampaio, em *Jornalismo áudio visual* (1970). Os repórteres passavam por verdadeiras maratonas antes de as reportagens irem ao ar. Dependendo da região do país em que trabalhavam, tinham que primeiro revelar o filme e levá-lo de avião até São Paulo ou Rio de Janeiro, onde ficavam os estúdios. Geralmente chegavam em cima da hora. Além da pressão do tempo, as equipes tinham que lidar com equipamentos grandes e ainda precários. As câmeras, por exemplo, podiam pesar até 32 kg.

No começo, também era comum um profissional desempenhar múltiplas funções. O primeiro telejornal da TV brasileira, o *Imagens do Dia*, tinha um apresentador, Rui Rezende, que também produzia e redigia as matérias. No item 3.5 desse trabalho, vimos que o primeiro suporte técnico do telejornalismo foi o cinema. As reportagens do telejornal *Imagens do Dia* eram filmadas pelos cinegrafistas Jorge Kurkjian, Paulo Salomão e Alfonsas Zibas, considerados os

mais talentosos da época. O trio usava um laboratório caseiro, instalado na residência de Kurkjian, para revelar os filmes antes de enviá-los para a TV.<sup>66</sup>

A TV se implanta como uma mera e curiosa inovação tecnológica, um brinquedo de elite. Ao chegarem os equipamentos técnicos, (em 1948, quando o Brasil se entregava à importação desenfreada de bens de consumo, gastando divisas até em matéria-plástica), não havia aqui indústria de componentes técnicos de TV. Até as válvulas eram de fabricação americana (Sodré, 1984, p. 95).

Ortiz também aborda os primeiros desafios da TV, em *A moderna tradição brasileira*:

No caso brasileiro, não possuíamos um parque cinematográfico desenvolvido, ou traços de uma indústria autóctone de filmes de celulóse. Os filmes tinham que ser importados, o que encarecia a produção. Por isso eles só começam a serem utilizados tardiamente na televisão, mesmo assim seu uso era restrito a certos programas jornalísticos. Os relatos dos antigos técnicos dão conta de que, no começo, uma câmera pesava 70 quilos, não tinha *zoom* e precisava de três pessoas para manejá-la (Ortiz, 2001, p. 95).

Havia muitas restrições quanto à mobilidade das equipes de reportagem, principalmente quanto às transmissões à distância. Neste capítulo, teremos a oportunidade de explorar os avanços tecnológicos do telejornalismo, tanto em termos de captação de imagens e sons, quanto à transmissão de sinais de TV. Para isso, levaremos em conta a experiência da TV Globo, uma das emissoras pioneiras no país, como já vimos anteriormente. Entre nossas fontes de informação está a entrevista concedida pelo engenheiro Francisco Oliveira, operador de sistemas da TV Globo, especialmente para esta dissertação de mestrado:

Para botar uma matéria no ar há 40 anos atrás, ia-se para rua, filmava-se, trazia para emissora, revelava, editava, cortava, emendava, colocava-se isso numa máquina para ser projetado, virar sinal eletrônico, para colocar no ar. Nessa história toda, por mais rápido que fosse, perdia-se muito tempo e jornalismo, hoje, nós sabemos que é tempo.<sup>67</sup>

No capítulo 3, abordamos parte da evolução técnica pela qual a televisão passou, apresentando aspectos históricos do nascimento e da solidificação desse veículo de comunicação de massa no Brasil e no mundo. Os relatos que faremos a partir de agora são de fundamental importância para a compreensão do ineditismo

<sup>66</sup> Venceslau, Pedro Paulo. Quando o jornalismo na TV era uma aventura. *Revista Imprensa*, 2000, p. 31.

<sup>67</sup> Oliveira, Francisco. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, outubro de 2008.

e do funcionamento do projeto da Caravana JN, nosso objeto de estudo no presente trabalho. O assunto desperta especial interesse entre estudantes de jornalismo, profissionais que atuam em telecomunicações, além dos leitores interessados em conhecer os avanços na área.

A título de curiosidade, o engenheiro Francisco Oliveira faz uma breve comparação entre as primeiras unidades móveis de jornalismo (UMJ) e as atuais:

Dentro de uma UMJ<sup>68</sup> no passado, na década de 60, só tinha um vt de fita enorme e pesado e duas câmeras, mais nada. O sinal era enviado por um transmissor analógico de microondas que chegava a 200 quilos. A antena de enlace terrestre fazia um enlace curto, a curta distância e dependia de uma recepção. A potência desse transmissor, 100 miliwatts, na época de um analógico ainda, eu te garanto que era transmissão local, bem local. De repente dentro de uma área do tamanho do Estádio do Maracanã. Somente para um bairro, talvez, perto de uma antena, não mais do que isso. Conforme eu fosse me afastando, a antena receptora não conseguia mais receber este sinal. Ela não sabia distinguir, na época do analógico, o que era sinal e o que era ruído. E o sinal, na verdade, ia ruidoso para o ar. Hoje em dia, as unidades móveis de jornalismo são equipadas com mastro e antena menor, o transmissor está junto com ela. As antenas receptoras, da mesma forma. Esse conjunto todo se tiver 20 quilos é muito, 10% do peso de antes.

Quando falamos em avanços técnicos na área de telecomunicações, é preciso destacar que atualmente passamos por uma nova revolução: a que está implantando a tecnologia digital na captação e transmissão de imagens e sons, em substituição ao formato analógico. Francisco Oliveira aponta as principais diferenças:

No caso da TV analógica, se você mexe na antena ou pousa um pássaro na antena, o que você vê logo em casa? Um chuveiro, sai de alinhamento, uma imagem se repete várias vezes, o que a gente chama de fantasma, associado a defeitos de cores. É ruído.[...] Hoje em dia com o sinal digital a relação sinal ruído não é tão alta, o ruído é praticamente extinto. Hoje, na verdade, ou você tem o sinal perfeito em casa ou não tem nada, tem um *fade* (tela preta). A TV digital tem um compromisso de mostrar para você uma qualidade de vídeo em nível cinema, o HDTV, o *high definition*. Quando a gente fala em transmissão digital, nós usamos artifícios, ferramentas que a modulação digital nos permite fazer, para que a qualidade do sinal seja boa desde a origem. Para você não ter perdas nesse caminho até a chegada na sua recepção.

Quando falamos em telejornalismo, é preciso ter em mente que, embora os noticiosos alcancem altos índices de audiência, não são considerados pelos empresários da comunicação como os programas mais rentáveis. É inegável, no

---

<sup>68</sup> UMJ (Unidade Móvel de Jornalismo): veículo equipado para gerar imagens, gravadas ou ao vivo, para a emissora. Funciona como uma mini-estação de televisão (Maciel, 1995, p. 114).

entanto, que os programas jornalísticos rendem à emissora credibilidade e prestígio, e que sempre se adaptaram às novidades tecnológicas.

A Caravana JN foi um desafio e tanto. Como vimos no capítulo anterior, o desafio era captar, editar e enviar, via satélite, conteúdo de televisão, de onde quer que a equipe estivesse no Brasil. Portanto o planejamento técnico de um projeto como esse exigia a reunião de áreas distintas, mas que deveriam trabalhar totalmente integradas para o sucesso da missão.

Como vimos na primeira parte deste capítulo, a TV Globo equipou um veículo com tudo o que pudesse ser necessário ao longo de dois meses de viagem para uma cobertura jornalística itinerante. Célia Gandra, diretora de Informática, fala sobre o planejamento da Caravana JN:

Para apoiar essa operação Brasil afora, chegamos a vários celulares, *notebooks*, placas de acesso, impressoras, *links* de comunicação de dados, *teleprompter* e vários outros itens não tão visíveis mas fundamentais para a operação. O resultado foi excelente, a tecnologia cumpriu seu papel.<sup>69</sup>

O projeto da Caravana do Jornal Nacional começou a ser preparado com um ano de antecedência. Todos os pormenores foram cuidadosamente pensados e planejados. “Foi um trabalho extremamente longo”, diz Carlos Henrique Schroder, diretor responsável da Central Globo de Jornalismo (CGJ).<sup>70</sup>

O trabalho da Caravana JN reunia a reportagem, com apuração e produção de notícias, associada ao manuseio de todo o aparato técnico necessário para um telejornalismo ágil. Gravar, escrever, editar e gerar reportagens, além de, em muitos casos, relatar os fatos em tempo real, ao vivo, é um desafio que exige uma parafernália de máquinas, confiança nas técnicas empregadas e conhecimento específico. Francisco Oliveira define o projeto como uma união do homem com a máquina:

A Caravana JN foi o casamento perfeito do jornalismo com a engenharia. A Caravana foi uma prova de *high-tech* (alta tecnologia) um desafio em que aconteceu este casamento do jornalismo com engenharia. Se não fossem os repórteres, jamais nós, engenheiros, conseguiríamos mostrar o potencial que a gente tem nisso. A ferramenta que a gente tem em mãos para levar a notícia a qualquer hora, em qualquer lugar. De alguma forma ela vai chegar.

<sup>69</sup> Gandra, Célia. Em *A Maior Reportagem do Brasil*, Fascículo 2, p.13.

<sup>70</sup> Schroder, Carlos Henrique. Em *A Maior Reportagem do Brasil*, Fascículo 1. p.5

As formas de fazer chegar notícias aos lares brasileiros vêm mudando ao longo do tempo. Nesses cinquenta anos de televisão, os avanços e descobertas acabaram por transformar o cenário prático do telejornalismo. Em poucas palavras: o cinema deu lugar ao vídeo, as fitas diminuíram de tamanho e foram substituídas pelos discos ópticos, as máquinas de edição se modernizaram, as câmeras são menores e mais potentes, as lentes mais apuradas, assim como os equipamentos para captação de áudio e luz. E a era digital transforma tudo outra vez. Em televisão, os avanços técnicos seguem o ritmo ágil do próprio veículo e, rapidamente, evolui também a nossa relação com ele. Além da modernização dos suportes técnicos para produção de notícias, já que tratamos de um produto do telejornalismo de rede brasileiro, interessa-nos também uma abordagem sobre o histórico das transmissões de TV.

Inicialmente é preciso compreender que, “o que se transmite é uma onda eletromagnética, na velocidade da luz”, explica o engenheiro Francisco Oliveira. Benchimol esclarece que “um aparelho de televisão recebe simultaneamente da estação transmissora, dois sinais. Um do áudio, com modulação em frequência e o outro do vídeo, com modulação em amplitude” (Benchimol, 1995, p. 98).

No item 3.6 deste trabalho, falamos sobre as primeiras transmissões de televisão em rede no Brasil. Ao tratar o assunto, vimos que, inicialmente, as transmissões ocorriam através de uma rede de torres terrestres. Francisco Oliveira nos ajuda a compreender a mecânica do “enlace terrestre”, como é chamada a transmissão que se faz com uso de antenas em terra, além de pontuar a evolução que se deu na área com o início das transmissões digitais.

O enlace, antigamente, tinha que ser visual direto. [...] A antena microondas faz o chamado enlace terrestre. Ela depende que eu tenha, pelo menos, uma visada que atenda a recepção desse sinal. Você saber onde está aquela antena, para você, com o transmissor, conseguir empurrar o sinal para aquela direção. [...] Hoje, ao usar sistema digital de modulação, se você rebater em morros ou edifícios não tem comprometimento final na qualidade do sinal. Se for pra rebater em algum prédio ou em algum outro obstáculo, que rebata, mas ele tem que ser desviado para esta antena terrestre.

Se a transmissão digital acabou com os ruídos, uma outra invenção, datada de muito antes, também alterou profundamente os rumos do telejornalismo, ao facilitar as transmissões à longa distância. O satélite foi uma das estrelas da Caravana JN, como veremos a seguir.

Antes mesmo de ser uma realidade, o uso de satélites artificiais chamou a atenção do mundo nas obras do autor britânico de ficção científica Arthur C. Clark. As situações retratadas no conto *The sentinel* (1948), que serviria de base para a famosa história de *2001, uma odisséia no espaço*, se tornariam práticas comuns na era das telecomunicações.

O princípio da rede de televisão já foi apresentado em um depoimento de Walter Clark, citado no capítulo 3 deste trabalho. Cabe-nos acrescentar agora o papel do satélite nessa equação. É através dele que a TV Globo envia seu sinal para as emissoras afiliadas em todo o Brasil, como explica Francisco Oliveira:

A gente sobe o que a gente chama de rede via satélite. A emissora afiliada recebe este sinal, mas a rede não gera propaganda, só quando a propaganda for em rede. Fica, então, aquele *fade* (tela preta) de 4 ou 5 minutos para a afiliada por propaganda local e ganhar alguma coisa em cima. A rede usa o *Brasilsat*, geralmente.

Bem antes de a Caravana JN partir em viagem, começaram os estudos de viabilidade técnica do projeto. A equipe tinha que sair apta a captar imagens e sons de qualidade, sob qualquer condição de tempo, em qualquer região do país. Mas não adiantava apenas produzir, gravar e editar as reportagens, com o maior capricho que fosse, se não houvesse uma maneira eficiente de mandar esse material todo para o Rio de Janeiro, a fim de que fosse exibido no ar. Francisco Oliveira aborda as possibilidades envolvidas, a partir do aparato técnico disponível na época:

Num primeiro momento, a idéia foi levar uma antena de microondas, lá a gente fecharia o sinal...Jamais. Microondas, para a gente fazer a transmissão de sinal, a gente precisaria de dois fatores: visada com a torre da emissora do local onde a gente faria. Mas onde estaríamos, nós não sabíamos. Nós iríamos percorrer o país.[...] Podia não ter a emissora local, mas ter uma recepção da Embratel montada para isso. E a Embratel fazer um outro enlace aqui para o Rio de Janeiro, para receber este sinal. Mas também seria complicado.

Eis o maior desafio ao planejamento de uma missão itinerante. Normalmente, quando a emissora de TV faz alguma transmissão ao vivo, os técnicos visitam o local com antecedência e estudam a melhor forma de montar a cobertura. Os equipamentos mais usados para esse tipo de trabalho, atualmente, são as chamadas “unidades geradoras de notícias”, na sigla em inglês, as SNG

(*Satellite News Gathering*). Francisco conta que elas foram logo descartadas no projeto da Caravana JN:

E como fariamos. Íamos levar então a SNG? Um caminhão SNG? Uma geradora? Como? Para rodar o país? Ficaria inviável. E na hora de cruzar, por exemplo, as cidades ribeirinhas no norte do país. Como a gente ia botar aquele caminhão pesado numa balsa. Será que agente ia ter infra-estrutura para isso, suporte? Sem falar nas condições de estrada que íamos enfrentar. Nos locais mais remotos. Isso foi também inviável.

A solução tinha que ser portátil e independente da rede terrestre. “A terceira solução: o que temos mais de portátil que possa usar uma estrutura de satélite, que não depende de visada de emissora ou de Embratel?” Perguntaram-se os engenheiros e técnicos da Rede Globo:

Bom, temos a *fly away*. O que é a *fly away*? São antenas já com transmissores portáteis. Ela é dobrável em pétalas e quando recolhida ela fica parecendo um caixote. Lembra muito um kart de corrida sem as rodas. Aberta deve ter no máximo dois metros. Fechada, um metro por oitenta centímetros de largura. Lembre-se que estamos falando da antena e do transmissor, que seria um amplificador agregado a ela. E dessa armação, que é um chassi na verdade, você monta tubos metálicos. Você deve ter aí, talvez, uns cinqüenta quilos de peso. Viável para carregar.

Se levarmos em consideração o que já vimos neste capítulo, que nos anos 60 uma antena e um transmissor analógico chegavam a pesar 200 quilos, a pequena *fly away* é prova de evolução tecnológica. Ela seria usada em conjunto com satélite Estrela do Sul, com o qual a TV Globo mantém contrato permanente de aluguel. Conforme explica Francisco Oliveira, é esse canal que garante a maior parte das transmissões produzidas pelo telejornalismo:

A TV Globo tem hoje um contrato com a Estrela do Sul, que é um serviço de satélite que fica a nossa disposição numa determinada frequência, num determinado *transponder* de uso. Ou seja, na prática eu não preciso, toda a vez que eu quero sair com a minha redação móvel ou sair com o Brasil Instantâneo, que são as SNG (*Satellite News Gathering*), carros equipados com esses transmissores, eu não preciso toda vez ligar para a estação terrena e me identificar: ‘meu nome é tal... queria subir sinal’. Aí o técnico lá do outro lado vai falar: ‘tudo bem, sobe *transponder* tal, frequência tal, ia ter que me dar todo um ritual, todo um status que eu teria que subir meu sinal. Então, este contrato nos permite facilidade, acesso. Esse canal é aberto exclusivo para a TV Globo, que paga anualmente essa Estrela do Sul, que é um satélite chamado de banda KU. O satélite está no espaço a 36 mil quilômetros de distância da terra, em órbita da Terra.

Para sermos mais exatos, a 35.800 quilômetros da Terra, no plano do Equador. É onde estão localizados os chamados satélites geoestacionários. Nessa órbita, o satélite se desloca com a mesma velocidade de um ponto na Terra, parecendo, portanto, que está fixo em relação a ela. A energia consumida pelo sistema eletrônico do satélite é fornecida por um painel solar, cujas células recebem a luz do sol e a transformam em energia elétrica que é armazenada em baterias (Benchimol, 1995, p. 148).

A “dobradinha” entre a antena *fly away* e o satélite foi a saída ideal para a Caravana JN. “O JN queria facilidade. E já que nós tínhamos na mão uma estrutura de satélite alugado e tínhamos o transmissor, então por que não levarmos para a Caravana JN, haja vista que iríamos percorrer o Brasil de Sul a Norte?”, conclui Francisco Oliveira.

Era apenas uma questão de definir os horários em que o satélite ficaria à disposição da Caravana JN. Um acerto interno com os outros departamentos do telejornalismo da emissora, o que foi imediatamente definido, viabilizando o projeto. Mas como isso acontece na prática? Qual era a rotina de trabalho da equipe para que as reportagens gravadas no interior do Brasil chegassem ao Rio de Janeiro? O engenheiro Francisco Oliveira descreve o procedimento, passo a passo:

Durante o dia, a matéria do Bial, feita onde eles estavam, era editada. E depois, transmitida para cá para TV Globo. Como? Pegava o aparelhinho do *deck* óptico e a saída de áudio e vídeo agregava-se na entrada do transmissor via satélite e caía aqui na TV Globo. Ligava para cá dizendo: ‘já estou alinhado com meu equipamento aqui. Eu me certifiquei. Posso mandar sinal para o CTRS do Rio de Janeiro?’ CTRS, centro de transmissão e recepção de sinais, da TV Globo. Eles falam: ‘ok, pode subir sinal. Estou te vendo aqui’. Quando o sinal sobe, na frequência certa, aparece o sinal. Grava-se aqui no Rio. Desmonta e vai para outro canto. Todo o dia ou quantas vezes fossem necessárias fazer.

Uma espécie de “circo tecnológico”, como vimos no capítulo anterior. Mais do que montar e desmontar a lona, cada parada da Caravana JN exigia a montagem de um sistema avançado de transmissão de sinais de TV.

Uma curiosidade ainda perdura. Enquanto nos “enlaces” de transmissão terrestre o técnico que manuseia o transmissor tem contato visual ou pelo menos sabe a localização da torre, nas transmissões via satélite é preciso outro tipo de orientação. Francisco Oliveira nos ajuda a compreender melhor o desafio, com exemplos práticos da rotina de trabalho do telejornalismo carioca:

O enlace terrestre, no caso da TV Globo, por exemplo, temos um *site* montado no Pão de Açúcar. Mesmo à noite, nós sabemos de cabeça para que lado está o Pão de Açúcar na cidade do Rio. Até porque lá vai ter “piscões” (luzes), além do formato do morro. Mas quando estamos numa cidade desconhecida é complicado até para o enlace terrestre. No caso do satélite não há um “piscão” dizendo ‘estou aqui’. A empresa que banca esse satélite te dá coordenadas. Quando eu faço meu *book*, que eu estou alugando o serviço, ela me diz: o satélite é esse, está em órbita geostacionária com latitude x, longitude y, elevação tal. Ele dá as coordenadas, o azimut, o endereço geográfico de localização daquele determinado satélite. O que eu faria então? Pegaria uma bússola: tantos graus ao norte, elevação tal...A bússola diria para quantos graus apontar e com que elevação.

Para Benchimol, “o alinhamento do equipamento torna-se uma das tarefas mais importantes” (Benchimol, 1995, p. 148). Algo que, no caso da Caravana JN, exigia alta precisão técnica, como veremos a seguir. O depoimento de Francisco Oliveira permite imaginar como era a rotina de trabalho dos profissionais técnicos, na estrada:

Quando o Suarez montava essa antena, ela não é automática. Ela é completamente manual. Ele, com a ajuda de um aparelho chamado *spectro-analiser* (analisador de espectro) ele começava a ver a portadora, um sinal digamos assim, que o satélite fica enviando aqui para a Terra a todo o momento. Dizendo: ‘esse sou eu’. Então, naquela elevação, junto com esse instrumento, você consegue ver numa tela de LCD (*Liquid Crystal Display*) a hora em que tem um sinal sendo emitido desse satélite. “Opa, achamos”. Aí o Suarez ia melhorando esse alinhamento de forma a ter a maior amplitude possível, maior tamanho possível do meu sinal naquela tela de LCD. Quando o maior tamanho possível de sinal estava explícito, exibido na minha tela de LCD, este foi meu melhor alinhamento. Ele sabia a frequência que estava, a localização. Fixa a antena e tudo o que eu quiser gerar para o Rio era conectado nesse transmissor. Ligava para o Rio com meu celular, e eles levaram na época também o celular via satélite, porque havia localizações em que eles não conseguiriam falar nem com telefone mesmo.

Encontrar o alinhamento certo entre o transmissor e o satélite é um dos maiores desafios, especialmente em condições adversas:

Quando chegou ao norte do país, quando eles foram atravessar algumas partes de rio que têm as cidades ribeirinhas, na Amazônia, havia lugares em que a cidade era construída em cima de palafitas, dentro da água. As casas são soltas. Conforme chega a cheia elas levantam. E se secar muito elas ficam até no solo, mesmo. Na época da Caravana JN devia ser de cheia porque quando eles chegaram a essa cidade as casas estavam flutuando e eles quiseram mostrar isso lá. Está bom, mas a gente teria um desafio. Porque alinhar esse equipamento num barco à deriva, balançando, eu estou mexendo com o equipamento também na minha antena. Se a recepção do meu transmissor está situada a 36 mil quilômetros de distância, eu mexo um “grauzinho” aqui embaixo, lá em cima vai dar um grau bem vantajado. 36 mil quilômetros de distância? Lá em cima abre

um leque e eu perco a minha transmissão. Se eu perder a minha transmissão obviamente não vou ter o que receber. E entraria um *fade* no ar. Mas isso não foi problema para os nossos técnicos. Eles conseguiram, na época rio estava calmo, conseguiram um alinhamento perfeito de sinal dentro do barco. E entramos ao vivo lá do local, mostrando como vivia aquele pessoal lá. Sem o satélite seria impossível a gente trazer o sinal para cá.

As particularidades geográficas tiveram que ser debeladas:

O equipamento teve características especiais: robusto para enfrentar intempéries, como o frio cortante do Sul ou o calor úmido do Norte, as trepidações da estrada e a poeira. Compacto e leve, para ser facilmente adaptado ao ônibus da Caravana. Mesmo assim, pesava meia tonelada.<sup>71</sup>

Até as chuvas intensas podiam representar ameaças, explica Francisco Oliveira:

A banda KU está na faixa de transmissão em torno de 13 *Gigahertz* de frequência. É uma frequência alta, porque para transmissões de bandas a classificação é devido à frequência. Eu engenheiro garanto a você que durante uma transmissão com tempo seco você não vai ter maiores problemas. Mas eu posso dizer que não é aconselhável você usar em região de muita chuva. Uma frequência muito alta ela pode ser suscetível à chuva. Interrompe a minha transmissão. Eu não venço a barreira se estiver chovendo muito forte. Na Amazônia chove muito, mas nós não tivemos problema de chuva torrencial. Mas não foi na sorte. Houve uma pesquisa antes sobre a incidência de chuva forte no Brasil. E mesmo na região norte ela não é tão grande, que interrompesse o sistema. Estou falando tempestade. Isso pode apagar os transmissores de banda KU.

Após a realização das entrevistas com os profissionais da TV Globo que participaram da Caravana JN, um traço comum se destacou: o orgulho de ter vencido o desafio. “De maneira geral eles (equipe da Caravana JN) eram independentes. Foi um feito grande, dá orgulho participar disso”, declara Francisco Oliveira. Considerando que a viagem foi realizada quase quarenta anos depois da primeira transmissão em rede do país, feita pelo próprio Jornal Nacional, percebe-se claramente a evolução ocorrida nesse tempo e os benefícios que a tecnologia operou no telejornalismo. Foi ele o maior favorecido pela experiência, aposta Francisco. “O Jornal Nacional independente da rede, vai se tornando mais próximo do acontecimento. O satélite permite trazer as coisas no momento em que elas estão acontecendo”.

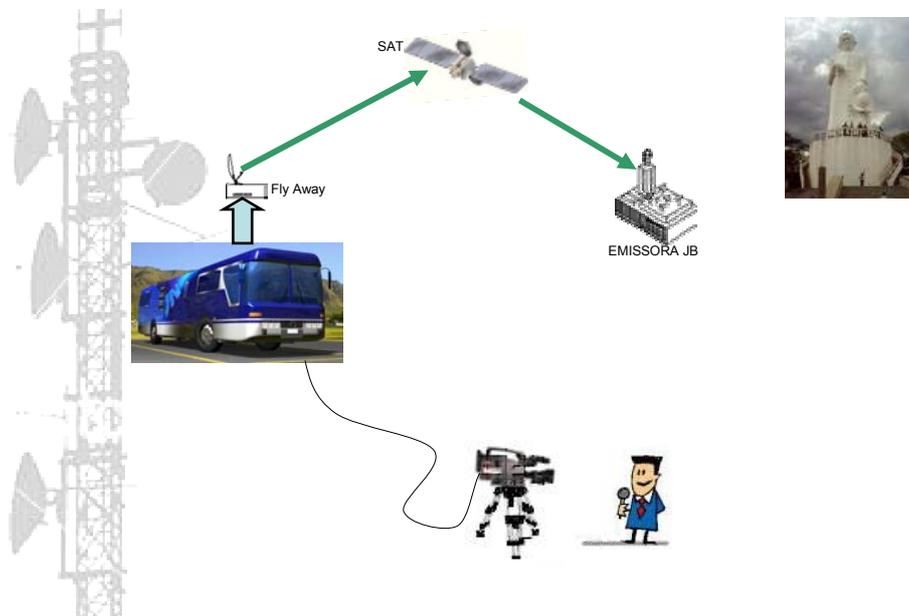
---

<sup>71</sup> Lobo, Carlos (Divisão de Engenharia de Jornalismo). Em *A Maior Reportagem do Brasil*. Fascículo 1, p.5

Nesse item vimos estudamos a tecnologia empregada no Projeto da Caravana JN, ao mesmo tempo em que investigamos a rotina da equipe de jornalistas e técnicos em viagem. A seguir, para facilitar a compreensão do assunto, apresentaremos de forma esquemática um modelo de como acontecem as transmissões de televisão. Posteriormente, partiremos para as conclusões do presente trabalho.

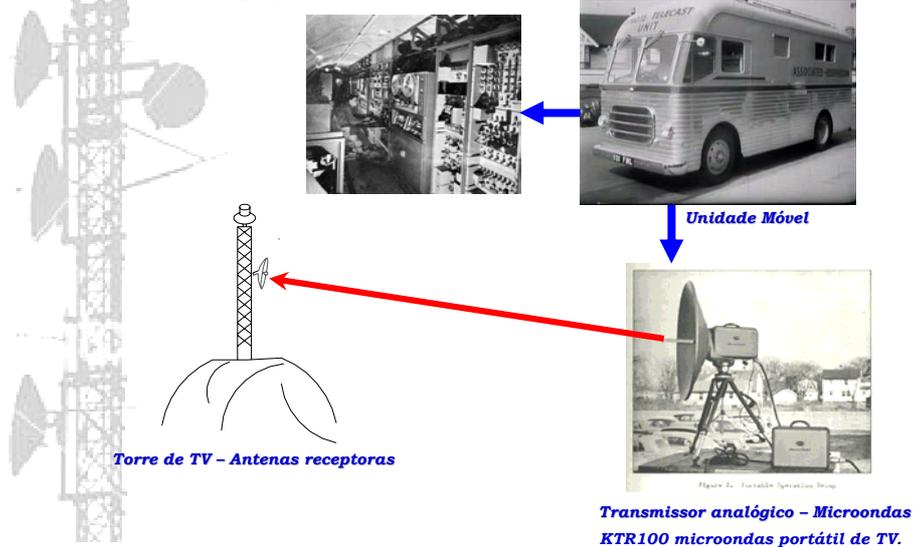
#### Tecnologia:

O desenho abaixo mostra o sistema de transmissão por satélite usado pela Caravana JN. O ônibus do Jornal Nacional (azul) era equipado com a antena *fly away*, conforme descrito no item 6.1, através da qual a equipe gerava reportagens para o Rio de Janeiro e também entrava ao vivo, quando necessário, de qualquer parte do país, como em Juazeiro do Norte, onde o Jornal Nacional foi apresentado aos pés da estátua do Padre Cícero (foto).



O esquema abaixo ilustra a evolução dos equipamentos usados em transmissões à distância pelo telejornalismo. Na década de 1950, o enlace era apenas terrestre e as máquinas, além de pesadas, tinham pouco alcance. Nos anos 1970, um transmissor ainda pesava mais de 100 quilogramas.

• **Enlace terrestre utilizando transmissor analógico (passado anos 50) – Repare as dimensões dos equipamentos!**



**Transmissor analógico de micro-ondas – portátil (TVM-1) + de 100kg. Utilizada em transmissões de eventos jornalísticos (anos 70).**

Abaixo, um esquema de como é feita a transmissão por enlace terrestre na era da tecnologia digital.

