

Globo Rural

ao estilo da cultura do campo

Jussara Maia

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

MAIA, J. Globo Rural: ao estilo da cultura do campo. In: GOMES, IMM., org. *Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo* [online]. Salvador: EDUFBA, 2011, pp. 101-120. ISBN 978-85-232-1199-8. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.



All the contents of this chapter, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste capítulo, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de este capítulo, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

***Globo Rural*: ao estilo da cultura do campo**

Jussara Maia

INTRODUÇÃO

Em meio ao contexto teórico-metodológico conformado pelos Estudos Culturais, esta pesquisa volta-se para a análise do modo de endereçamento do *Globo Rural*, de domingo¹. A proposta, na dissertação, foi utilizar aspectos relativos ao gênero e ao modo de endereçamento para identificar as marcas que apontam para a definição do subgênero telejornal e do jornalismo temático. A amostra foi colhida no período de 23 de maio de 2004 a 22 de junho de 2004, reunindo cinco edições de domingo e 22 edições do *Globo Rural* semanal, exibido de segunda a sexta-feira.

Apresentado desde janeiro de 1980, o *Globo Rural* está entre os mais antigos programas jornalísticos temáticos da televisão brasileira, indicando a utilização de uma receita que está conseguindo conquistar e manter estável um bom nível de audiência. Significa que, além de construir e firmar no fluxo televisivo um espaço reservado ao jornalismo especializado, está conseguindo, com sucesso, atualizar o seu formato², em meio às transformações por que passaram a televisão e a sociedade brasileira, nos últimos 25 anos. A partir de 2000, o *Globo Rural* passou a ser exibido também em edições diárias, às 6h15min, entre o *Telecurso* e o *Jornal da Manhã* (telejornal local). Mas, apesar do mesmo nome, os programas têm modos de endereçamento diferenciados.

1 Extraído da dissertação que analisa o *Globo Rural* em sua totalidade, as edições de domingo e as diárias, este texto limitou-se a apontar os principais aspectos relativos ao modo de endereçamento do programa dominical por considerá-lo o mais representativo da definição da identidade da produção. Como têm endereçamentos diversos, os programas mereceriam um aprofundamento de análise, cuja extensão não se aplica aos limites do presente artigo. Mais informações em Jussara Peixoto Maia (2005).

2 Sem uma precisão, o termo formato remete ao jargão usual das redações e diz, aqui, da arquitetura interna do programa.

O nome do programa já esclarece quanto a sua inscrição na chamada comunicação rural, definida como

[...] conjunto de fluxos de informação, de diálogo e de influência recíproca, existente entre os componentes do setor rural e entre eles e os demais setores da nação afetados pelo funcionamento da agricultura ou interessados no melhoramento da vida rural. (BOR-DENAVE, 1983, p. 7)

As notícias e abordagens das reportagens se sucedem sem fugir do conteúdo esperado para um noticiário especializado, mantendo, claro, peculiaridades como marcas da identidade do programa. A terra que é a base da identificação, da raiz, da atividade rural, é também a principal referência do programa e elemento de conexão que vai possibilitar a criação de territórios simbólicos específicos, que ora se aproximam e ora se afastam das demarcações reais das cidades, estados e países. Depois da vinheta, já na escalada, na apresentação das principais notícias na abertura do programa, feita através de *teasers*, há um jogo de oposição entre a afirmação/declaração da localidade onde foi gerada a notícia e a negação/silenciamento desses locais onde foram feitas as gravações, atendendo a objetivos diversos. Na edição de 30 de maio de 2004, o programa utiliza uma estratégia que se repete ao destacar a localização das reportagens em cinco dos seis *teasers* da escalada:

- **Loc 1:** Na Paraíba, a gente mostra o gado Sindi, uma raça que veio do Paquistão para aumentar a rusticidade e melhorar a produção leiteira do rebanho do Nordeste.
- **Loc 2:** A suspeita de contaminação do grão de soja exportado para a China paralisa o comércio da safra gaúcha.
- **Loc 3:** Um jeito de combater o cupim sem aplicar o veneno, usando apenas um produto biológico.
- **Loc 4:** Você sabe como fazer o plantio do cupuaçu? No Amazonas a gente mostra como evitar o apodrecimento da semente.
- **Loc 5:** Em Mato Grosso do Sul, aumenta a diferença do preço do boi rastreado para o boi comum na hora da venda para o abate.

- **Loc 6:** No Rio Grande do Sul, o assunto é rastreamento de maçã. Você vai conhecer o trabalho dos agricultores que não deixam a produção sair do campo sem o código de barra, com todas as informações sobre as frutas.

Além do texto em **Loc 3** chamar a atenção para a tecnologia de combate ao cupim, em detrimento do local onde foi feita a gravação, a pergunta em **Loc 4** se sobrepõe à demarcação do lugar ou se mistura a ela porque o cupuaçu é conhecido como fruto da Amazônia. Neste caso, vale também explicitar, de maneira discreta, a capacidade do programa de ir tão longe buscar a resposta (nos programas seguintes, o receptor com hábito de audiência vai perceber que o repórter/apresentador, Vico Iasi, estava na Amazônia para uma cobertura mais ampla sobre a atividade rural e o sistema de monitoramento da região). A reportagem destacada em **Loc 1**, que no *teaser* acentua a localização na Paraíba, é logo chamada pelo apresentador (Vico Iasi) na abertura do primeiro bloco. Antes de apresentar a primeira notícia do primeiro bloco, a de **Loc 6**, o programa destaca mais uma vez a chamada da notícia de **Loc 1** que só será apresentada no último bloco. O texto reconstrói a trajetória histórica do rebanho brasileiro, fazendo referência à chegada das várias raças e, dessa forma, torna o assunto não apenas relativo à Paraíba ou ao Nordeste, mas a todo o país:

Loc - Bom Dia, o extraordinário rebanho bovino brasileiro é o fruto de duas contribuições estrangeiras. Os bois da Europa e da Ásia e os capins originários da África. Aqui nós juntamos literalmente a fome com a vontade de comer. Os primeiros capins chegaram da África no enchimento dos colchões dos navios negreiros. Já as primeiras raças de bois vieram com os europeus, sendo que o grande salto aconteceu na passagem do século XIX para o XX com a chegada do gado indiano, as raças zebuínas: Nelore, Gir, Guzerá, principalmente. Hoje você vai conhecer uma raça zebuína do Paquistão que vive também no Afeganistão: o Sindi. É um gado de leite bom para o sertão do Nordeste³.

Com essa alternância, entre construção e desconstrução dos limites geográficos dos assuntos, o *Globo Rural* produz um novo mapa que per-

3 Programa exibido em 30 de maio de 2004.

mite a aproximação com um “Brasil Rural”, acentuando a localização ou não. O mundo rural, aqui, está representado, de maneira determinante, pelo modo de vida das personagens e tudo que é colocado como parte do universo de seu interesse. Consideramos como modo de vida a referência trazida por Stuart Hall (1997, p. 3, tradução nossa), inspirada nos estudos de Raymond Williams.

Nos anos recentes e dentro de um contexto mais da ‘ciência social’, a palavra ‘cultura’ é usada para referir-se a tudo que é caracterizado como o ‘modo de vida’ das pessoas, comunidade, nação ou grupo social. Isto tem sido conhecido como a definição ‘antropológica’. De maneira alternativa, a palavra pode ser usada para descrever o ‘valor compartilhado’ de um grupo ou sociedade – que é semelhante à definição antropológica, somente com uma ênfase mais sociológica⁴.

Longe da ostentação da capacidade técnica que já é uma marca da Rede Globo, o programa voltado para a temática rural, exibido aos domingos, fez escolhas que revelam a preferência por uma discricção que não está restrita apenas à tecnologia relativa ao aparato de equipamentos disponíveis à emissora. Essa é a tônica também do posicionamento adotado pelos mediadores, repórteres e, em especial, os apresentadores que “[...] personificam as características que são apropriadas para serem típicas da audiência-alvo”⁵, como destaca John Hartley (2001, p. 50).

A VOZ DA EXPERIÊNCIA

Não é casual que, além de serem os apresentadores mais frequentes no programa, Nelson Araújo, Helen Martins e Vico Iasi são também repórteres e, muitas vezes, apresentam suas próprias matérias. Mas, se por um

4 “In recent years, and in a more ‘social science’ context, the word ‘culture’ is used to refer to whatever is distinctive about the ‘way of life’ of a people, community, nation or social group. This has come to be known as the ‘anthropological’ definition. Alternatively, the word can be used to describe the ‘shared values’ of a group of societh – which is like the anthropological definition, only with a more sociological emphasis.” (HALL, 1997, p. 2)

5 “[...] ‘figures who personify characteristics which are taken to be typical of the ‘target’ audience’[...]” (transcrição literal, em inglês, do trecho da definição do mediador).

lado, há uma proximidade ao ser afirmada a credibilidade tanto do apresentador quanto do repórter para “contar a história”, por outro, há um afastamento no posicionamento diferenciado do apresentador que ocupa um patamar de autoridade mais elevada para ser, acentuadamente, pedagógico ao se dirigir à audiência. Ao lado dos apresentadores/repórteres citados, é possível identificar uma posição diferenciada de outros três repórteres que cumprem uma função estratégica no endereçamento do programa. Ivaci Matias, Ana Dalla Pria e José Hamilton Ribeiro são, assim como os apresentadores, reconhecidos por uma autoridade diferenciada em relação aos outros repórteres, mesmo não acumulando a função de apresentadores. Juntos, eles formam um grupo de repórteres especiais, responsáveis pela principal marca do programa, inclusive, na diferenciação em relação às edições diárias, durante a semana. São eles que fazem, quase invariavelmente, as reportagens especiais, mais longas, com efeitos especiais e sonorização, destacadas nos *teasers*, na abertura do primeiro bloco e na chamada para o programa de domingo, feita na edição da sexta-feira. Quase sempre, quando aparecem no vídeo (em abertura, passagem ou encerramento), não utilizam o microfone direcional, predominante nos telejornais, que, por serem visíveis, destacam o papel mediador da tecnologia empregada na televisão. Mais frequentemente, utilizam o microfone *boom* (usual nas gravações para o cinema) que fica preso a uma haste móvel acima da cabeça das pessoas que participam da entrevista, sem ficar exposto. No enquadramento, é oferecida para o telespectador uma terceira posição entre o repórter e o entrevistado na “conversa” encenada, a de um participante pressuposto.

Os seis repórteres têm uma identidade profissional estritamente vinculada ao *Globo Rural* e reconhecida pelos telespectadores, na perspectiva do saber compartilhado pelo hábito de audiência na televisão brasileira. Nenhum desses profissionais aparece em outros programas da Rede Globo, exceto quando são vinculados à sua participação na equipe do *Globo Rural*. Bem diferente do que ocorre com apresentadores e repórteres da edição diária do programa. As marcas do diálogo e da participação são exploradas intensamente nas reportagens feitas por eles. Todos possuem, com mais ou menos intensidade, uma locução marcadamente pausada

para acentuar o tom dialógico da reportagem e do programa. Com trajes ajustados ao ambiente em que gravam as imagens e entrevistas, eles se vestem de modo despojado, simples, com calças jeans e camisas em tons claros com as mangas dobradas, bem distintos dos paletós e *blazers* usados pelos repórteres dos telejornais. Muitas vezes, recorrem ao uso de botas para se adequarem ao local, quando estão em mata fechada ou regiões alagadas.

O posicionamento assumido pelos apresentadores, mesmo no caso de Nelson Araújo, não permite identificá-los com o modelo do “apresentador-ventríloco” descrito por Eliseo Véron (1983), em que o apresentador é considerado como um mero ponto de passagem do discurso informativo, um suporte neutro que não utiliza qualquer operador de modalização. Os apresentadores do *Globo Rural* exploram, ainda que de modo restrito, o espaço físico do estúdio com a exibição de cartas, folhas, sementes e produtos do campo, ao lado da movimentação corporal provocada pelo manuseio desses itens. Utilizam, também, uma expressão fisionômica que oscila entre o distanciamento e a proximidade e o emprego frequente de um texto que simula um diálogo, sempre com um sentido de interpretação. É o que autor considera um sistema gestual complexo do corpo midiaticizado de um “meta-enunciador”, que é construído a partir do encontro dos olhares entre público e apresentador, como uma dimensão do contato, numa operação denominada de eixo 0-0⁶. Mas aqui, a intensidade da expressão desse sistema, o olhar e o corpo significante que Véron (1983) denomina de rede metonímica, é ajustada a um nível de equilíbrio e suavidade que conferem ao *Globo Rural* uma das marcas do seu modo de endereçamento. A notícia é interpretada pela entonação da voz e pela expressão fisionômica dos apresentadores que, ao tempo em que informam, também orientam, construindo um modelo que o grupo de pesquisa Análise de Telejornalismo define como do “apresentador intérprete”. Semelhante ao ator, o apresentador produz um

6 “[...] el noticiero televisivo ha elegido constituirse alrededor de esta operación fundamental que, en tanto índice del régimen de real que le es propio: los ojos en los ojos, se convierte en una de las marcas del género. Denominamos a esta operación el eje 0-0”. (VÉRON, 1983, grifo do autor).

sentido ao interpretar o que diz o texto verbal através da modulação do tom da voz, da movimentação da musculatura do rosto e da expressão corporal. O “apresentador intérprete” não chega a explorar tanto o espaço da apresentação do programa jornalístico, como o modelo do “meta-enunciador” de Véron (1983) define, mas utiliza, também, um sistema gestual que constrói, ao mesmo tempo, uma modalização do que é dito e uma esfera de contato com o público. Uma das características do “meta-enunciador”, segundo Véron (1983), é a de dominar os especialistas, introduzindo todos os acontecimentos importantes, fazendo a conexão entre os blocos e assuntos do telejornal e encerrando a apresentação das informações com uma reflexão que, veremos à frente, não é, no caso do programa analisado, exatamente uma reflexão.

No objeto em análise, os especialistas são referências permanentes, reiterando o tom de orientação do programa. Eles estão presentes com um destaque especial em reportagens na seção de cartas que, em algumas edições, pode ocupar dois dos quatro blocos. Na maioria das vezes, cabe ao repórter ir até os profissionais especializados para formular as questões levantadas pela audiência através de carta. Mas, além de normalmente um dos apresentadores protagonizar também uma reportagem que responde à dúvida de um telespectador, ao exibir as cartas, quase sempre manuscritas, nas mãos do apresentador no estúdio, o programa mostra que ele, o *Globo Rural*, é o endereçado da correspondência. É com esta autoridade, daquele que personifica o perfil da audiência visada, que o apresentador comprova que é capaz de mobilizar as vozes especializadas, transferindo a tarefa de buscar respostas ao repórter. Na maioria das vezes, a carta é levada, também, nas mãos pelo repórter, enquanto este realiza a entrevista fazendo, quase sempre, uma abertura no início da reportagem. A utilização desse padrão revela a sustentação do eixo 0-0 iniciado pelo apresentador que convida o público a acompanhar e seguir o repórter também ao nível da cobertura do fato, mantendo uma das características da comunicação rural fortemente marcada pela tradição da oralidade.

Os meios visuais e audiovisuais são particularmente indicados para a comunicação rural, por diversas razões. Uma delas é que a cultura

rural é eminentemente oral e outra o fato de que as imagens atraem e mantêm a atenção de maneira poderosa. (BORDENAVE, 1983, p. 67)

CONVITE AO DIÁLOGO

As pessoas que vivem neste mundo rural ou que reconhecem vínculos com esta esfera de abordagem da temática são convidadas a um diálogo que o programa pressupõe e configura com a sua audiência. O enquadramento nas entrevistas reserva espaço para a presença de uma terceira pessoa que, desse modo, é convocada para conversar e desvendar o universo das atividades e do modo de vida do campo, ao lado do repórter, do especialista e/ou produtor que não têm um microfone direcional à frente. O tratamento de “doutor” na entrevista com especialistas, independente da sua formação na área médica, traduz o respeito à figura do profissional com formação de nível superior, típico da cultura do campo. Assim, o *Globo Rural* destina para si uma posição próxima daquela ocupada pelo homem do campo, ratificando a credibilidade que o especialista tem no meio rural. De modo implícito, assegura a credibilidade de suas informações pelo acesso aos “doutores”. São combinadas personagens e histórias reais numa cena construída para traduzir um mundo que ganha significado pela interpretação implícita de uma natureza pujante, sedutora e parte do sucesso com a vitória sobre os desafios, embalado nos sons tradicionais e elementos de apelo cultural.

O telespectador é representado como aquele que partilha interesses pelas referências rurais expressas em procedimentos técnicos e/ou aspectos das múltiplas raízes culturais brasileiras inscritas no modo de conduzir as matérias jornalísticas. Com este posicionamento, o *Globo Rural* de domingo assume, através da estratégia comunicativa do diálogo, o papel de conselheiro e pressupõe um público que não é composto apenas pelo homem do campo, mas, também, aqueles que vivem em centros urbanos e têm em comum o traço cultural que aqui assume o papel de um idioma. A vertente cultural que modula a formatação serve de senha no endereçamento ao produtor que se sente incluído, ao reconhecer-se pela familiaridade, e ao cidadão, que é convidado e seduzido a desvelar o, ainda pouco conhecido por ele, universo rural.

AUTORIDADE DE CONSELHEIRO

Os apresentadores são constantemente reafirmados, através de diversos expedientes, como conhecedores daquilo sobre o que estão falando. É esta, na realidade, a finalidade da nota pé, que não tem no programa a função que normalmente lhe é atribuída nos telejornais. A nota pé corresponderia à reflexão a que se refere Véron (1983), citada anteriormente, que, aqui, ocupa a posição traduzida pela metáfora do conselheiro e tem uma informação colhida junto aos especialistas, não divulgada na reportagem, para que tenha sempre a palavra, a recomendação final. É o conselheiro que incorpora, de forma comedida e circunspecta, a autoridade, o conhecimento e a familiaridade que, combinados, modulam todos os apresentadores, mas, especialmente, o posicionamento de Nelson Araújo diante do telespectador.

A utilização do pé é um padrão do *Globo Rural*, que o coloca após, absolutamente, todas as reportagens. Só para exemplificar vamos citar a reportagem mais longa da amostra, que foi a exibida nos terceiro e quarto blocos da edição de 13 de junho de 2004, sobre o Instituto Butantã. Após 21 minutos de reportagem, o apresentador Nelson Araújo complementou:

Loc - O pessoal do Instituto Butantã pede para que não mate as cobras, que podem ser muito mais úteis para a pesquisa do que mortas. E quem quiser mais informações é só escrever para lá. O endereço é [...] ⁷.

Na segunda reportagem mais longa da amostra, que foi exibida no dia 06 de junho 2004, sobre o papel das abelhas na produção da própolis verde, no terceiro e no quarto blocos, com um total de 19 minutos, o exemplo é ainda mais rico e muito significativo. Incomum no formato do programa, o repórter Ivaci Matias foi para o estúdio, sentar-se ao lado dos apresentadores, mas não apenas para apresentar a matéria. A presença do repórter foi uma estratégia que visou a dois objetivos. O repórter sentou-se à direita de Nelson Araújo, que dividia a apresentação com Priscilla Brandão, que normalmente apresenta as edições diárias, para complementar as explicações sobre o assunto e atuar como elemento de

7 Programa exibido em 13 de junho de 2004.

conexão entre os trechos da cobertura feita por ele e aqueles realizados por um profissional estranho ao programa. Antes de iniciar a primeira parte da reportagem os dois apresentadores, sob a condução de Nelson Araújo, fizeram perguntas sobre a própolis verde que foi colocada sobre a bancada, ao lado da própolis comum. Ivaci Matias começou, inicialmente, a responder e solicitou que fossem exibidas as imagens “enquanto nós continuamos o papo”. Em seguida, foi apresentada a primeira parte da reportagem e, no quarto bloco, o último trecho com o material feito por um repórter japonês que tem seu nome revelado no texto sobre a gravação no Japão, para depois retornar ao estúdio, onde mais uma vez o repórter foi questionado pelos apresentadores da mesma maneira anterior.

A reportagem foi feita em várias localidades de Minas Gerais, São Paulo e, excepcionalmente, no Japão, onde as imagens e entrevistas foram realizadas por um repórter daquele país. Foram empregados dois modos de orientação para o telespectador perceber a mudança de localização da gravação. A matéria mostra o modo mais usual do programa, e bastante pedagógico, de interligação entre gravações feitas em locais diversos, com a exibição de imagens do carro, uma *pick-up* com a logomarca do *Globo Rural*, chegando à nova localidade que o texto indica. Foi utilizado, também, o mapa do mundo, com o globo terrestre fazendo um giro de 180 graus numa animação gráfica para explicar que o Japão fica do outro lado do mundo, em relação ao Brasil. Assim constituída, esta formatação reitera a valorização do trabalho do repórter, mas acentua ainda mais a posição do apresentador que fez, antes e depois, no estúdio, as perguntas que não estavam na reportagem. Por que foi necessário levar Ivaci Matias para o estúdio? Por que o repórter não poderia fazer essa condução do local onde foi feita a cobertura?

No estúdio do *Globo Rural*, Ivaci Matias utilizou a sua posição de repórter somada à do apresentador conselheiro que no *Globo Rural* é legitimado e credenciado para cumprir uma função de orientação cuidadosa, de familiaridade e, ao mesmo tempo, de autoridade, para explicar a presença do repórter japonês, colocar e perguntar mais detalhadamente acerca da complexidade dos elementos científicos da notícia. Fora da reportagem, a presença do repórter foi mais marcada por estar ali no pa-

tamar dos apresentadores e não no espaço da cobertura jornalística. Aos apresentadores coube fazer as questões que não estavam na reportagem e representar os interesses do país, portanto, de todos os brasileiros, agricultores ou não, ao perguntar sobre como adquirir a própolis verde. E ao saber que todo o produto é exportado e patenteado no Japão, traduzir o desejo comum de que seja possível trazer de volta as patentes para o Brasil.

MODO DE FALAR COMO ESTRATÉGIA DE FAMILIARIDADE

Assim como o repórter José Hamilton Ribeiro, Nelson Araújo constrói no programa uma posição diferenciada mesmo na equipe que, como foi destacado antes, confere as principais marcas do *Globo Rural* dominical. Há posições, no entanto, distintas no desempenho das funções de repórter e de apresentador, que possuem suaves diferenças e se complementam. Como repórter, Nelson Araújo, também acentua as marcas do diálogo e da linguagem oral com características marcadamente rurais. Como resultado desta escolha particular, desenvolveu o chamado “cordel eletrônico”, uma modalidade de texto telejornalístico que traduz, com clareza, suas intenções voltadas para a valorização de aspectos culturais, do modo de falar e de viver dos lugares onde são feitas as reportagens. Semelhante ao texto de cordel, tradicional no interior nordestino, a matéria é apresentada através de rimas, com a inclusão de regionalismos e uma narração mais ritmada que fica mais compassada e é acompanhada de sonorização. Mais à frente, sintetizando o papel assumido por Araújo, será apresentado um trecho de uma reportagem no formato de trovas, no “cordel eletrônico”, que ganha uma conotação bastante especial e diferenciada.

Do mesmo modo que José Hamilton Ribeiro, Nelson Araújo atesta a familiaridade com a vida do campo, também com o uso da montaria típica do local que está sendo foco da reportagem, seja cavalo, burro ou jumento. Apesar dos óculos, ele não possui uma aparência de intelectual distante do mundo natural do campo e, ao contrário, inclui, quase sempre, o uso de um colete sobre a camisa de manga quando aparece nas gravações. Mesmo sendo de tecido e não de couro, como aquele que tra-

dicionalmente é utilizado pelos trabalhadores que lidam com os animais, o colete compõe um figurino que auxilia na configuração da posição de naturalidade com o mundo do homem do campo, suas tarefas, modo de vestir, de falar, preocupações, sonhos e valores.

Nelson Araújo acentua a marca de diálogo participativo, de naturalidade, que é reforçada pelo ritmo da locução. Como um ator, ele parece encenar uma conversa com um telespectador que procura presentificar através de suas falas. Em resposta a uma carta, na edição de 23 de maio de 2004, como repórter, ele vai a uma plantação de milho responder à curiosidade do remetente. Na cabeça, lê o seguinte texto:

Loc - O Valdir Rassi, de Moreira Sales, Paraná, está coçando a cabeça de tanta curiosidade. Ele quer saber: pé de milho dá flor? Onde fica a flor do milho? E pergunta, também, sobre o cabelo do milho⁸.

Aqui, Nelson Araújo, assume o papel de representante da audiência, valoriza e reproduz suas questões, preocupações, dúvidas e anseios e até seu modo de falar (“está coçando a cabeça”), mas mantém um distanciamento, em comparação com a posição que ocupa na função de repórter. Durante a gravação, o apresentador, com autoridade de conselheiro, abdica desse patamar mais elevado e reconfigura sua posição para dialogar, no mesmo nível, com o seu telespectador que pode ser um homem do campo que já tem conhecimentos básicos, mas constrói o espaço, também para o público, que sequer conhece o cabelo do milho. O texto abaixo é narrado, enquanto o repórter anda em um milharal, aponta, com o milho na mão, para os cabelinhos da espiga (enquadrada em detalhe) e vai até o especialista para iniciar o diálogo, referindo-se diretamente ao telespectador. O enquadramento mantém o padrão do “plano médio”, que mostra as pessoas até a altura das pernas ou de corpo inteiro, com o recorte do repórter posicionado na diagonal, deixando o espaço para um terceiro interlocutor: a audiência.

Loc - O cabelo do milho é esta parte aqui, esses fiozinhos que aparecem na ponta da boneca. Waldir diz que no Paraná costumam

8 Programa exibido em 23 de maio de 2004.

dizer que cada grão tem seu próprio cabelo, quer saber se isso é verdade e pergunta também se o cabelo do milho é a flor do milho. Quem vai esclarecer essas dúvidas é o Manoel Xavier dos Santos, agrônomo do Departamento de Genética e Melhoramento da Embrapa de Sete Lagoas. Xavier é verdade isso? Cada grão tem seu próprio cabelo?⁹

Mais do que qualquer outro mediador, Nelson Araújo acentua na apresentação e nas reportagens o entusiasmo e o encantamento com o mundo rural, mantendo uma expressão sorridente, de contentamento, que só é quebrada com a apresentação de notícias negativas, pouco comuns no programa. Com uma posição diferenciada, cabe a ele, quando divide a apresentação com outro mediador, apresentar as principais matérias do dia, destacar aspectos da proximidade do programa com a esfera rural (a exemplo do plantio de uma semente de pau-brasil no jardim da área que cerca o estúdio da Rede Globo, onde são feitas as gravações, para comemorar um marco de exibição de edições), assumindo com mais intensidade o tom de conselheiro, utilizado pelo programa. Foi com esta posição destacada que Araújo apresentou a reportagem, em 30 de março de 2003, sobre o casamento da filha mais nova de um produtor rural que o convidou para ser o padrinho. Na realidade, foi uma série de reportagens (12 de maio de 2002, 04 de junho de 2002, 06 de outubro de 2002 e 20 de março de 2003) produzidas por ele sobre a vida de “seu” Zé Izá, após a primeira, apresentada em 1997. O motivo do convite foi justificado pelo fato de que as filhas do agricultor casaram-se após a exibição de uma reportagem sobre a atividade agrícola desenvolvida pela família. Como é marca do *Globo Rural* incluir informações detalhadas sobre a família, Nelson Araújo havia informado que todas as filhas eram trabalhadoras e prendadas, mas ainda eram solteiras e esperavam fazer um bom casamento. Durante a matéria, apresentada em duas partes, além de aparecer como participante da cerimônia e da comemoração, foram mostradas imagens antigas que, enquanto reafirmava a fidelidade do programa ao compromisso com a esfera rural e cada produtor, individualmente,

9 Programa exibido em 23 de maio de 2004.

fortalecia a identidade do apresentador/repórter com o programa e sua principal inspiração. Com este formato de notícia e o próprio conteúdo familiar da notícia sobre o casamento, são reafirmadas interfaces dos aspectos pessoal, subjetivo e familiar que são construídos em todas as outras características na abordagem dos temas rurais. É com esta marca de familiaridade que Nelson Araújo, também, experimenta todas as iguarias que são produzidas nas reportagens, algumas vezes, sem esperar até o final do preparo e, com desenvoltura, ele prova diretamente da panela, expressando sua satisfação, enquanto saboreia. No âmbito da experiência, atesta uma convivência natural com o universo rural.

Os mediadores cumprem, assim, um papel fundamental para conferir o modo de endereçamento do *Globo Rural*, reproduzindo com maior ou menor intensidade uma posição de proximidade, familiaridade, naturalidade e encantamento com os valores, tradições, procedimentos, processos, traços culturais e modo de vida do campo. Vale destacar, no entanto, as posições de Nelson Araújo e José Hamilton Ribeiro que circunscrevem uma configuração bastante específica, cada um, conferindo as suas participações, como repórter e/ou apresentador, marcas pessoais, mas profundamente sintonizadas com a posição que o programa quer construir para a sua audiência.

NOTÍCIA HUMANIZADA

Apesar da valorização da informação pela sua utilidade para a lucratividade dos negócios do homem do campo, o programa não possui uma abordagem marcadamente mercadológica graças à chamada humanização do relato. É o critério de noticiabilidade denominado de Interesse Humano¹⁰, que aborda os acontecimentos a partir de uma ótica particular, do modo como uma ou várias personagens enfrentam uma determinada situação, largamente utilizado no *Globo Rural*, na estrutura das matérias desenvolvidas a partir da história de um indivíduo ligado ao campo. Na seção de cartas, o “interesse humano” é substituído pelo “interesse

10 “A frialdade das estatísticas, a descrição de uma obra pública que será inaugurada, bem como o discurso de um governador ou um debate na ONU, devem ser entremeados com notícias que falem do próprio homem, que participa desses acontecimentos [...]” (ERBOLATO, 2002, p. 62)

peçoal”, também incluído nos critérios de noticiabilidade enumerados por Erbolato (2002, p. 62), que considera que “[...] os jornais não podem deixar de divulgar notícias que, de certo modo, afetam pessoalmente cada um dos que os lêem”.

Um exemplo da humanização do relato é a reportagem, exibida no dia 23 de maio de 2004, com o caso de dois produtores de leite para contar as dificuldades enfrentadas pelo setor que busca mais rendimento através da formação de cooperativas, mas tem problemas com a falta de higiene e de cuidados com a conservação. O fato noticioso que está por trás da notícia é a nova exigência que faria parte do regulamento técnico do Ministério da Agricultura, no ano seguinte, tornando obrigatório outro teste no leite, o da contagem total de bactérias. Mas esta informação só é dada no trecho final da matéria que começa com o exemplo negativo do produtor Luís Antônio em comparação com a experiência mais profissional e cuidadosa do criador Osvaldo de Paula para, em seguida, destacar as orientações de técnicos especialistas sobre os cuidados necessários.

Loc -Todo mundo sabe o quanto o leite é importante na alimentação humana, principalmente das crianças, por isso, a higiene na ordenha e a conservação do leite são cuidados fundamentais. É o que você vai ver na reportagem do Ivaci Matias¹¹.

Vale destacar aqui que a utilização da humanização do relato precedida de um texto como este acima, na cabeça, permite que, ao mesmo tempo, o programa desperte o interesse do homem do campo, ligado à produção ou ao consumo do leite, e o homem da cidade que tem a oportunidade de conhecer a trajetória percorrida pelo produto. Há no *Globo Rural* a valorização da autoridade jornalística, representada pelos que estão em posição de comando, por isso, logo após os *teasers*, durante a exibição da abertura do programa com belas imagens de paisagens, plantações, fauna e flora diversas, antes da nota de abertura, são apresentados os créditos do editor-chefe, chefe de redação, chefe de reportagem, editores, produtores e consultores (um agrônomo e um veterinário). É bem dife-

¹¹ Programa exibido em 23 de maio de 2004.

rente dos telejornais e mesmo de outros produtos também especializados em que os nomes dos produtores são hierarquicamente dispostos no final da apresentação, iniciando da equipe de produção até a chefia do departamento.

No *Globo Rural* a esfera do campo é identificada e contextualizada a partir de um olhar que, apesar de romântico, inclui, também, as dificuldades, mas sempre contrapostas com as soluções. Desse modo, nenhuma das reportagens é encerrada de modo negativo, desanimador, sem esperanças de superação dos desafios, sem apontar os caminhos ou exemplos positivos. Não há uma abordagem que traduza um impasse, uma situação de interpretação dúbia, sem o desenlace favorável ou otimista, ainda que tenha deixado para trás as personagens que encenam o lado sombrio da realidade, minimizadas pela acentuada valorização dos referenciais mais produtivos. É assim que o “mundo do *Globo Rural*” extrai de seu universo os inúmeros e sangrentos conflitos pela terra, exibidos nos telejornais, e a realidade de um país ainda marcado pela miséria e pela presença dos latifúndios e dos coronéis. No lugar dessas feridas sociais, os mesmos protagonistas destas cenas reais do interior brasileiro são reconfigurados para compor um mundo encantado, repleto dos mais diversos e ricos recursos naturais e traços culturais.

Os *media* definem para a maioria da população os acontecimentos significativos que estão a ter lugar, mas também oferecem interpretações poderosas acerca da forma de compreender estes acontecimentos. Implícitas nessas interpretações estão as orientações relativas aos acontecimentos e pessoas ou grupos nelas envolvidos. (HALL et al, 1993, p. 228)

A união dos elementos, antes enumerados, firma, de modo tácito, o compromisso jornalístico na perspectiva da conversação social e do jornalismo utilitário ou de serviço, mas o *Globo Rural* constrói um olhar que amplia a noção do que é este ‘mundo do campo’. O modelo pedagógico, detalhista, explicativo, é empregado, mas sem a superioridade daquele que pretende ensinar a quem nada sabe. Ao contrário, é um caráter de orientação, daquele que se propõe a dar instruções sobre um

procedimento, técnica, cultura ou agronegócio. Enquanto nas matérias de cunho, predominantemente, cultural o enfoque jornalístico é na missão assumida pelo programa de desvelar o universo rural com sua variedade e riqueza de cenários, regionalismos, valores, tradição e diversidade cultural, de modo a estimular a formação da opinião pública para a conversação social.

O ESTILO DO GLOBO RURAL DE DOMINGO

O caminho escolhido pelo programa para explorar o seu eixo temático traduz uma expectativa quanto ao seu público, ao voltar-se para a valorização da terra como referencial não apenas dos procedimentos técnicos locais. Mas, mais intensamente, o *Globo Rural* constrói com seu telespectador uma afinidade com os aspectos relativos aos caracteres culturais de cada espaço geográfico, enaltecendo implicitamente, o papel transformador do homem no campo. Posicionado como uma espécie de modelo, o receptor endereçado pelo programa não é o que, necessariamente, vive no campo, mas aquele que detém competências culturais para reconhecer a importância dos recursos naturais, da preservação das tradições da cultura local e, também, no caso dos telespectadores com experiência rural, para aqueles que buscam crescimento pessoal e dos negócios. Uma audiência com referenciais urbanos e rurais, com múltiplos interesses, pode ser capturada através dos temas e formas de abordagem que convidam, continuamente, à conversa sobre estas afinidades.

O posicionamento discreto dos apresentadores num cenário simples e um apagamento dos recursos tecnológicos, acessíveis à Rede Globo, mostram a opção pela identificação do *Globo Rural* com os valores e um modo de vida baseados na relação humana, na conversa face a face, sem pressa, que tem sua força na palavra. A marca acentuada do diálogo reivindica traços próprios da cultura popular, marcada pela oralidade, pelo tom despojado dos contatos absolutamente informais, interpretados como autênticos e verdadeiros. O programa utiliza a metáfora do diálogo para tentar ocultar o seu caráter midiaticizado, modelando-se para um público que não é seduzido por apelos visuais de efeitos especiais, cores e brilhos, explorados num mundo virtual e fantástico, seduzido

pela transmissão em tempo real. É um telespectador pouco atraído pela entonação espetacular e bombástica, largamente utilizada na locução rápida das notícias de maior relevância nos noticiários do horário nobre, e resistente aos excessos de maquiagem e enfeites nas mulheres. No lugar dessas opções, são bem-vindos a voz compassiva, segura e no ritmo de uma boa conversa, o traje cuidado, mas sem sofisticação ou exagero de cores fortes e formalidades. Nessa perspectiva o programa se endereça à cultura própria do homem do campo de qualquer parte do país e, dessa forma, modela suas escolhas nos mínimos detalhes.

Mas o mundo reconfigurado pelas escolhas de abordagem dos assuntos revela nuances que favorecem a identificação do homem do campo mais restrito às regiões do país onde o desenvolvimento tecnológico, que foi apagado lá do aspecto visual do programa, foi empregado para industrializar os sistemas de plantio, colheita e comercialização. É para este perfil de audiência que o programa se destina de modo especial, ao abordar as modernas tecnologias de manejo e de cultivo, atenta às inovações que colaborem com a produtividade do campo. É um olhar que se volta para a perspectiva de grandes produtores que há duas décadas se localizavam mais especificamente no Sudeste, Sul e parte do Centro-Oeste e, através das exportações e a partir das exigências do mercado internacional, inscreveram as inovações tecnológicas na sobrevivência de seu negócio. Nos últimos anos, com a crescente profissionalização do campo e a ampliação das fronteiras agrícolas, a atuação dos agricultores vem se estendendo, gradativamente, para o resto do país. Por isso, o referencial de homem do campo endereçado pelo *Globo Rural* não é, preferencialmente, aquele típico do interior do Norte e Nordeste, sozinho, adepto da agricultura familiar, distante da estrutura organizada das cooperativas, desprovido de escolaridade e cheio de dificuldades para desenvolver sua produção. Este, quando aparece, é para exemplificar os desacertos em contraposição com os casos de outros agricultores, mais bem-sucedidos, que souberam buscar o apoio dos especialistas em institutos de pesquisa, universidades e órgãos públicos.

O homem do campo endereçado é aquele que se envolve com uma atuação mais profissional e participativa, que está aberto às ferramentas

tecnológicas modernas e à gestão coletiva da produção em cooperativas e associações, de olho nas oportunidades oferecidas pelo mercado, dentro e fora do país. Por isso, o programa não limita a cobertura jornalística à atividade realizada só na terra e nos centros de armazenagem, mas acompanha todas as etapas até a industrialização, preços e, em alguns casos, a operação das empresas envolvidas na comercialização. Mas, ao contrário do que parece numa avaliação precipitada, o *Globo Rural* não se endereça ao homem do campo apenas geograficamente situado na esfera rural. Utilizando o viés das expressões da cultura popular, o programa utiliza estratégias que visam a atrair a atenção de um público formado não apenas pelas pessoas que nasceram ou vivem no campo. Também aquelas que possuem referências simbólicas, através de familiares ou amigos, ou que se reconhecem nas semelhanças com os múltiplos elementos culturais, originários dos quatro cantos do Brasil, fortemente explorados, se sentem incluídas no cenário construído. Ou ainda, aqueles telespectadores que desconhecem, mas possuem um interesse pela identidade cultural das regiões, cada vez mais presente no momento em que as fronteiras se dissolvem no processo de globalização. Com as abordagens marcadas pelos valores culturais, da história de cada lugar e as imagens que traduzem a amplitude de ricas e múltiplas paisagens, o *Globo Rural* oferece um largo espaço para quem busca informações, movido por interesse turístico, na perspectiva do turismo cultural. Conhecer o modo de vida de cada povo, expresso em sua culinária, suas histórias, trajes, danças, lendas, músicas, rituais, linguagem, construções arquitetônicas, é considerado, hoje, uma grande fonte de atração.

A ausência proposital de uma diferenciação, um destaque especial, entre as reportagens produzidas em zonas rurais daquelas gravadas nas zonas urbanas de cidades do interior do país, dissolve os limites geográficos e interpela o telespectador que valoriza as referências culturais do país. É o perfil do brasileiro que se reconhece em meio aos múltiplos cenários produzidos pela ampla diversidade dos recursos naturais e culturais do Brasil. O discurso cultural oferece a lente que transforma e traduz todos os assuntos, constituindo, assim, a principal marca do estilo do programa.

REFERÊNCIAS

- BORDENAVE, Juan E. Diaz. *O que é comunicação rural*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo*. São Paulo: Ática, 2002.
- HALL, Stuart. The Work of representation In: _____. *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: Sage; The Open University, 1997. 400 p.
- HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o ‘mugging’ nos media In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e <<estórias>>*. Tradução de Luís Manuel Dionísio. Lisboa: Vega, 1993, p. 224-248.
- HARTLEY, John. *Understanding news*. London: Routledge, 2001. 203p.
- MAIA, Jussara Peixoto. *Jornal Nacional e Globo Rural: sob o olhar das relações entre gênero e modo de endereçamento*. 2005. Dissertação. (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.
- TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e <<estórias>>*. Tradução Luís Manuel Dionísio. Lisboa: Vega, 1993.
- VÉRON, Éliséo. Esta ahí, lo veo, me habla. Tradução Maria Rosa Del Coto. *Enunciacion et cinema, Revista Comunicativa*, Seul, Paris, n. 38, 1983.