



TELEVISÃO BRASILEIRA: ECONOMIA E IMAGINÁRIO GLOBO RURAL E SOM BRASIL: A MESMA SAFRA URBANA?

SÉRGIO DAYRELL PORTO¹

“A roça é uma indústria também”

A. Belmonte, Monte Aprazível, SP,
título de música cantada no
SOM BRASIL de 26/7/87, DIA DO AGRICULTOR

“Fui sempre um ser asfáltico ... hoje, ando por sítios
e fazendas em busca de solidão para escrever ...”

Frei Betto
Revista GLOBO RURAL, pág. 96, julho de 1987

“Pelejo para decifrar o que faço e não consigo”

Humberto Pereira
Editor-Chefe do GLOBO RURAL
entrevista realizada em 9/8/87

INTRODUÇÃO

A tv substitui a jardineira

Até bem pouco tempo, o caipira pegava a “jardineira”, depois o ônibus ou o trem,

¹ Post-Doctor, e Ph.D. em Comunicação pela McGill University, Montreal, Canadá. Professor-Adjunto do Departamento de Comunicação da UnB e Diretor do NUC - Núcleo de Estudos da Comunicação - Brasília. Integra a equipe de redação do *Jornal da Ciência*, órgão da APqCDF - Associação dos Pesquisadores Científicos do DF.

e chegava na capital ou na cidade grande. Da mesma forma, o homem da cidade ia passar suas férias na fazenda, pegava o ônibus, o trem e depois a “jardineira”. Caso tivesse interesses econômicos no campo, podia ir também de carro ou de caminhonete, dependendo da qualidade da estrada. Hoje a televisão mudou essa história: você pode ver o país rural assentado na poltrona da sala de estar, diante do gabarito de sua televisão em cores. Do outro lado do mapa, o lavrador pode conhecer as novidades da vida urbana, através da televisão que instalou em sua fazenda ou que sua comunidade ou cooperativa mandou colocar a seu lado. Se for o caso de uma agroindústria de grande porte, já se conhece o caso em que são instaladas antenas parabólicas no pólo central das fazendas. A “jardineira” e as novidades dos viajantes ficaram para trás. As ondas da televisão levam e trazem, com uma rapidez enorme, o mundo daqui e o mundo de lá. Com algum exagero ou mesmo sem nenhum, as comunicações e o universo da informação espelham o país, para quem quiser enxergar a si e a seu semelhante, com grande nitidez e perfeição. Campo e cidades, vistos como unidades distintas e específicas, passam agora a se conhecer melhor.

Os sete anos e meio de vida do programa GLOBO RURAL, a sua primeira emissão é de 6 de janeiro de 1980, marcam a entrada e a permanência definitiva da vida rural, ou do “marketing agrícola” na programação habitual da Rede Globo de Televisão e, por uma extensão compreensível, nas telas de todos os aparelhos de televisão brasileiros. Podemos dizer que até então, produtos – mercadorias e bens agrícolas, quase não eram vistos nos meios de comunicação, praticamente urbanos, tampouco produtos – mercadorias e bens da cidade, quase que também não podiam ser vistos no campo, a não ser por iniciativas esporádicas, incipientes e mesmo precárias de alguns agentes. É claro que as telecomunicações já existiam no país (o primeiro centro de televisão da EMBRATEL foi inaugurado em 1969, prevendo a ligação do sistema televisivo nacional ao sistema internacional de satélites. No ano seguinte todo o Brasil assistiria diretamente a Copa de 70, via Intelsat), mas a cidade falava ainda muito pouco do campo e este não falava quase nada da cidade. O GLOBO RURAL foi então o grande marco, cidade e campo vendo-se e falando-se mutuamente a partir de 1980. Até então, somente o jornalismo falava do campo e poucos aparelhos de televisão existiam fora das cidades.

Assim, de uma fase inicial em que cidade e campo se desconheciam um ao outro, seguiu-se a fase seguinte, em que cada uma das partes se faz conhecer em suas especificidades. Isso, graças ao GLOBO RURAL. Um outro período se segue, em que nos encontramos até hoje: as coisas se misturam, o campo se introduz na cidade e vice-versa. Nessa mistura e pacote, entram produtos de primeira qualidade de teor médio e muita coisa ruim. O sertanejo autêntico é misturado ao caipira-senso comum, este às periferias das grandes cidades e em seguida ao que há de propriamente urbano. Aqui dá-se a salada geral, é o lugar onde reina a **indústria cultural**, tudo vira mercadoria: arte, cultura, moral, ciência, filosofia, costumes, modos de vida, música, televisão, rádio, publicidade, etc. O GLOBO RURAL tem, de um lado, um bocado dessa mistura ruim, mas do outro, conserva algo de excepcional: o gosto pelos valores genuínos, tanto

do campo, quanto da cidade-campo, um pouco de uma mistura essencial para que se compreenda culturas miscigenadas.

Experiências menores e mais recentes já podem então ser vistas em outras emissoras, como JORNAL DA TERRA e SOM BRASIL, levados ao ar na TV BRASÍLIA, em esquema de dobradinha, copiando aí o pacote rural-urbano que hoje se conhece: GLOBO RURAL e SOM BRASIL. O programa MANCHETE RURAL também é outro exemplo de que o modelo acaba dando frutos. Bem interessante é o tom caipira-urbano da TV BANDEIRANTES, que vasa praticamente toda a programação da emissora, cujo forte, em termos de recepção, está no interior do Estado de São Paulo, sendo captada inclusive em países limítrofes, como é o caso do Paraguai. No SBT – Sistema Brasileiro de Televisão (TV Sílvio Santos), fora o explícito rural (na sua programação de domingo estão lá: Tônico e Tinoco, João Mineiro e Marciano, Chitãozinho e Xoxoró), explora-se o popular-popularesco e nessa mistura do simples da gente do campo e das periferias com o sofisticado das cidades pode até caracterizar-se a simulação de uma cultura (brega = simulacro) ainda em fase de definição, como é o caso da cultura brasileira. A TV Capital mostra CANTA VIOLA e a TV Nacional tem o programa AO SOM DA VIOLA, evidenciando que sempre aos domingos, o campo se mostra mais a si próprio e também à cidade, aproveitando-se o fim de semana, em que as programações das emissoras têm espaços maiores. É quando o tempo da cidade anda mais lentamente, igual mesmo ao ritmo das cidades do interior. No domingo principalmente, trocam-se experiências cidade e campo, obedecendo-se assim a uma proposta antropológica – comunicativa – lingüística – semiológica, onde e quando símbolos, mitos, histórias, místicas vão além de explicações que se resumem à entrada econômica e sociológica da cidade no campo, por uma necessidade exclusiva do avanço do capitalismo. E nos dias da semana, quando a Globo leva ao ar, na sua faixa de entretenimento do horário das sete horas da noite, a novela BREGA & CHIQUE, mostra que a mistura urbano-rural – simples – sofisticado – desenvolvido-subdesenvolvido – real histórico – real estereotipado pode ser marca da vida nacional como um todo. E assim o regime das trocas simbólicas entre o campo e a cidade não se restringe unicamente aos domingos. Num país imenso como o Brasil, onde o campo ainda hoje retém 30% de nossa população², não viveríamos somente de JARDIM BOTÂNICO (ou Botanic Garden – como o cronista de televisão Ferreira Neto chama íntima e ironicamente a Rede Globo, cuja sede fica no bairro do Jardim Botânico, no Rio de Janeiro), mas também de PARQUE DE DIVERSÕES das periferias e das **pracinhas do interior**. Por exemplo, GLOBO RURAL pode dedicar-se a uma reportagem longa sobre o Cavalo Pantaneiro, como também divulgar anúncios das colhedeadas, fazer “merchandising” da EMBRAPA, editar crônicas de Frei Betto, anunciar créditos urbanos e rurais da Caixa Econômica Federal e do Banco do Brasil – sem deixar de lado o Bamerindus, fazer reclames de tratores Ford que patrocinam um bom “week-end”, anunciar produtos Tramontina para a cidade e para o campo e fornecer receitas de queijos e vinhos.

² Segundo censo demográfico do IBGE – 1980.

Mas neste programa dá para se separar o joio do trigo, o que já não acontece em outros programas nitidamente comandados por uma programação da indústria da cultura.

Sendo assim, nossa proposta de tentar compreender os programas GLOBO RURAL e SOM BRASIL pela ótica de um mesmo mercado urbano e rural, ou inversa e pretensamente interpretarmos a vida brasileira como um todo pela interveniência de uma televisão – rural e urbana, fica sendo a idéia maior deste trabalho, distinguindo-se, como já foi dito, entre a mistura antropológica inevitável e mesmo necessária, e a mistura mercadológica rejeitável ou criticável. Não nos propusemos a um ensaio acadêmico, fazemos simplesmente um exercício interpretativo, que tem subjacente suas metodologias ou suas atitudes de rigor. Mas é evidente que neste trabalho produz-se uma liberação maior do estético sensível do que do estético crítico, mas isso foi feito de forma proposital. Assim, o que importa nessas linhas é muito mais a liberação de um sentimento estético, onde sensibilidade e crítica, comodidade e razão se revezam, para melhor acolher o objeto ou ser por ele acolhido. Certamente que o caminho da arte interpretativa será aqui bem mais caracterizado do que o da pesquisa sociológica ou econômica. E nesse sentido haveria uma complementariedade de experiências, em proveito do conhecimento humano sobre o real. Para nós, cada telespectador que mora na zona sul das grandes cidades do país, tem dentro de si os germes de uma vida rural, que deixou um dia, por uma questão de modernidade e de progresso. Se o homem do campo adapta-se com alguma facilidade nata à sua nova condição cidadina, é porque desde a CASA GRANDE e a GRANDE FAZENDA ele pôde sentir o cheiro da urbe. O burguês tem dentro de si o velho habitante do burgo, assim como o novo habitante da cidade. Os programas GLOBO RURAL e seu congêner musical SOM BRASIL (a comparação não é tão própria assim) apenas fazem um “replay” dessa realidade dupla. O homem brasileiro é tanto capaz de admirar o maestro indiano da Filarmônica de Nova York – Zubin Metha, que levou 150 mil pessoas ao Parque do Ibirapuera em São Paulo – e muito mais gente pela transmissão ao vivo pela televisão para todo o Brasil, quanto o acordeon de Renato Borguetti, assim como a viola requintada de Renato Teixeira. Nem por isso o homem do campo precisa aceitar, sem nenhuma crítica, a mercadoria ruim que lhe impõe o comércio e a indústria que só visam o lucro.

CONTESTAÇÃO

A indústria cultural explica parcialmente o problema

Se assistimos ao GLOBO RURAL e o interpretamos como um simples repeteco de um programa urbano, diante de uma indefinição de marcas antropológicas, poderíamos simplesmente recorrer à crítica dos sociólogos frankfurtianos e taxar o GLOBO RURAL de produto legítimo da indústria cultural (conceito elaborado já há 46 anos por Max Horkheimer e complementado em 1947 pelo próprio Horkheimer e Theodor Adorno). Da mesma forma se vemos o GLOBO RURAL e também o SOM BRASIL e

os analisamos como sendo da mesma safra urbana, empacotados com o mesmo invólucro do supermercado urbano, também poderíamos contentar-nos com a crítica nihilista dos mestres Herbert Marcuse, Walter Benjamin e até de Jurgen Habermas. Mas se começamos e conseguimos fazer distinções dentro dos próprios programas GLOBO RURAL e SOM BRASIL, ou a partir deles, e dos programas que o utilizam como modelo, podemos verificar que o GLOBO RURAL é: mercadoria igual às outras (por exemplo, sua parte de anúncios, seu padrão classe A impresso com a marca estética da Globo, parte de seu noticiário de festejos agropecuários que não difere em nada de um jornal urbano que incluía notícias agrícolas) mas deixa mostrar, no entanto, uma outra parte que não se confunde com as mercadorias comuns, simples valores de troca em nosso mundo mercadológico. Existe um **GLOBO RURAL nobre** dentro do todo. Esta parte nobre é justamente aquela em que pratica um jornalismo de primeira linha, o jornalismo de reportagens, quando busca a realidade dos fatos como eles são realmente produzidos e interpretáveis, como por exemplo, quando produz textos escritos por José Hamilton Ribeiro. Nesta parte nobre e jornalística, que reporta a fundo a realidade da vida do campo, e que portanto difere dos momentos publicitários e mais empresariais do programa (e aí tanto faz ser GLOBO RURAL quanto Globo urbano), o conceito crítico de indústria da cultura não atende às necessidades estéticas, críticas e sensíveis. Deixando um pouco de lado GLOBO RURAL, analisando programas menores que circulam no mercado, como SOM DA TERRA da TV Brasília, fica bem claro que a falsa reconciliação entre mercadoria e arte (Freitag 1986)³, entre produtos e valores de uma sociedade, só pode fazer por merecer a crítica destrutiva dos frankfurtianos. O apresentador do programa, Sirlon Franco, diante de um sambão cantado e tocado a ritmo de música caipira, revolta-se, até ele, contra a falsa mistura, contra essa pseudo-reconciliação entre cidade e campo. Logo ele que vive a fazer concessões e montar seu programa com o lado ruim do brega (o lado bom do brega está presente na novela BREGA & CHIQUE) que atinge as formações de nossa cultura. Para esse caso só a indústria cultural consegue matar a mosca e a besta...

Mas não só a televisão se preocupa, dentro do que impropriamente chamaríamos de superestrutura, com as notícias do campo, que casam-se feliz ou infelizmente com as novidades da cidade. Tanto a indústria cultural, quanto a **“ação construtiva nos meios”** (este é o nome que preferimos opor ao da **indústria cultural** – e deve haver aí uma inspiração pelo menos indireta, da teoria da ação comunicativa de Habermas) ampliam sua faixa de cobertura dos assuntos da terra, por exemplo, através de revistas especializadas que se vendem em bancas de jornais. É o caso mesmo da REVISTA GLOBO RURAL que funciona como uma espécie de repeteco gráfico do que vai ao ar todos os domingos pela Rede Globo de Televisão, geralmente entre oito e nove da manhã, podendo ser mais cedo ou mais tarde, se por acaso a emissora transmite o Campeonato Mundial de Fórmula Um. Esta revista já existe há dois anos, tendo sido lançada

³ Para a autora, a indústria cultural é a falsa conciliação entre os domínios da arte e da mercadoria: a primeira nivela-se à mercadoria e a segunda eleva-se à arte. Ora esse vai-e-vem reconciliador é falsamente proposto pela indústria da cultura.

em setembro de 1985. E mesmo sendo clássico no seio da indústria cultural a proliferação de veículos que envolvam sob ângulos diversos um mesmo objeto, repetimos que existe uma parte que deve ser analisada, fora do conceito frankfurtiano. Por aí passa também a questão da redundância em teoria da informação, o que não pode ser abolido completamente. Mais recentemente a Editora Abril lançou o **GUIA RURAL**. Somente os dois primeiros números desta publicação venderam 120 mil exemplares, e nesta época a revista ainda não era mensal. A Bloch lançou recentemente a **MANCHETE RURAL**, para sermos mais precisos, em abril de 1987. Esta publicação, a exemplo daquela da Globo, é a repetição gráfica do programa de televisão, do mesmo nome, que vai ao ar todos os domingos, às dez horas da manhã pela Rede Manchete. E assim vai-se produzindo, via a **ação construtiva nos meios** e mesmo a **indústria cultural**, o elo cidade - campo, cuja função seria integradora ou homogeneizadora, seguindo a perspectiva de cada um, se da **crítica da cultura** se proveniente de um **marxismo ortodoxo**. Mas nem só de ideologia e da concepção da "besta exploratória capitalista" podem e devem viver nossas reflexões estéticas de hoje. A ligação cidade - campo produz-se também, como já nos referimos neste mesmo trabalho, por vias antropológicas, demográficas, culturais e simbólicas. Não negaríamos, que por um lado a televisão é forma de controle social, mas preferiríamos a revisão de Frankfurt aos moldes de D. Kellner, vendo nos meios de comunicação uma outra e nova oportunidade para irmos um pouco além do negativismo lógico dos mestres alemães. Isso significa ver hoje a possibilidade de desenvolvermos práticas construtivas a partir de produções alternativas (O GLOBO RURAL e o SOM BRASIL teriam, dentro de si, aspectos alternativos, mesmo que produzidos dentro de uma esfera global a ser analisada pela indústria da cultura, - exs.: o concurso das melhores fotos rurais, um futebol jogado por bois e peões seriam aspectos da "notícia e da curiosidade jornalísticas" que merecem destaque em GLOBO RURAL. O tipo de música sertaneja em SOM BRASIL difere muito em qualidade da música misturada de SOM DA TERRA). Igualmente, novas estratégias receptivas dos meios poderiam significar uma nova postura junto aos "mass media". Tentar "**interpretar a televisão**", tentar **educar** e **não manipular** o receptor é uma prática que a Igreja já vem fazendo no Brasil, que segmentos da sociedade civil já vêm executando, principalmente no interior de São Paulo. Educa-se, e ato contínuo, recupera-se, reapropria-se, coopta-se (no sentido inverso àquele geralmente atribuído ao termo), o significado que seria unidimensional dos meios. O lado "cômodo" da mercadoria deve sempre conviver dialeticamente com a crítica possível. A tese de doutorado em antropologia, **A FESTA NO PEDAÇO**, de José Guilherme Magnani Cantor é um bom exemplo de como a periferia da grande São Paulo, mais precisamente Diadema, recupera a televisão massiva ao nível daquele pedaço cultural. Um circo de periferia seria o velho-novo meio local de se "re-fazer" um Chacrinha, um programa de auditório de rádio ou de televisão. Nesse sentido, a integração cidade - campo faz-se pelos "mass media", no entanto, corrigidos pela recepção local ou regional, ou por iniciativas críticas exercidas dentro dos próprios meios. Por sinal, não seria ruim lembrarmos a essência do jornalismo: a diária e eterna resistência à industrialização e à mercantilização da informação. E dentro dessa própria indústria e comércio, o **jorna-**

lista é um resistente. Ele convive com os desejos mercadológicos dos proprietários das empresas jornalísticas e mantém com eles um estranho diálogo: – nem tanto a vontade da empresa, não somente a vontade do próprio jornalista. O primeiro, o empresário, sabe que a sua empresa funciona através dos jornalistas. Estes sabem que podem, aqui ou acolá, burlar a vigilância empresarial do patrão. Dessa dialética, surge o exercício profissional. Um não vive sem o outro, o jornalista e o patrão⁴.

E os programas serão mais cidade ou mais campo, a partir da ótica de quem os recebe. Poderão significar invasão da cidade ao campo a partir da ação passiva ou ativa de seus receptores. GLOBO RURAL e SOM BRASIL, um mais jornalismo e outro mais show musical, basta que os interpretemos conforme nossas visões ou a de nossos pedaços, ao invés de os combatermos pelo simples fato de serem emissões da indústria da cultura. O capitalismo tem furos, tem brechas e é na sua crise de legitimação que o devemos enfrentar, aproveitando-nos de suas próprias contradições. A propósito, Michael R. Real diz o seguinte:

“A televisão é vista por D. Kellner como um aspecto da legitimação da crise do capitalismo avançado, descrito por Jurgen Habermas. Mas como encontra contradições na televisão, apela aos teóricos críticos para que construtivamente se engajem, eles mesmos na televisão, como ele próprio o faz, produzindo um programa semanal – **ALTERNATIVE VIEWS** para a televisão a cabo. A televisão alternativa precisa ser criada ao mesmo tempo que se equilibre o criticismo sobre as mistificações televisivas. A televisão vista como um instrumento da ideologia hegemônica e de controle social, só pode ser desafiada se nós desenvolvermos estratégias de crítica e de praxis”.

Podemos compreender então que não só mais de cidades, arranha-céus e asfaltos vivem as televisões e as revistas especializadas brasileiras, mesmo porque essa não seria a composição razoável de nossa cultura ou os ingredientes necessários ao tempero da receita cultural brasileira. Esses veículos mais modernos e mais sofisticados da indústria cultural ou da ação construtiva nos meios acabaram seguindo o exemplo pioneiro dos programas rurais-caipiras no Brasil, que tradicionalmente veiculam a voz do campo pelas **estações de rádio**, nas manhãs bem cedinho, em todo território nacional. Interessante também é pesquisar a origem da expressão: **country music**. Por que não diz respeito somente à música caipira, mais do que isso, por que significa a música caipira de expressão nacional, de expressão de toda extensão do país? Por que o roceiro/roqueiro norte-americano Willy Nelson é tão admirado principalmente pelas classes mais sofisticadas brasileiras?

⁴ Impressões colhidas junto ao deputado-constituente Artur da Távola, em conferência pronunciada no Departamento de Comunicação da Universidade de Brasília, em julho de 1987.

Nos jornais, os suplementos agrícolas já existem há um bom tempo. A novidade mesmo fica com a televisão e com as revistas que se vendem em bancas, a um preço que varia entre 40 e 65 cruzados, dando cobertura e legitimação ao que se passa no mundo agrícola, devidamente alçado pela categoria do urbano, mas também dando oportunidade a que nossos imaginários reaproveitem estas emissões às nossas maneiras, antes podendo ser vistas apenas unidimensionalmente. Um programa de televisão não pode ser analisado unicamente sob a ótica do produtor e do seu desejo de invasão cultural. Um programa de televisão tem o seu caminho distributivo, tem a sua força de anúncio e **tem principalmente sua força receptiva**. Vemos o campo com a ótica da cidade, vemos a cidade com a ótica do campo, o que parece ser uma mistura antropológicamente inevitável. E esse vai-e-vem tem muito de dosagem romântica, de quem produz e de quem recebe. O mito do eterno regresso passa também por aí, como nos mostra o filme *A DIFÍCIL VIAGEM* do cineasta brasileiro Geraldo da Rocha Moraes. Ter um sítio ou uma fazenda faz parte do ideal pequeno-burguês, assim como ter uma boa carta de seguros de vida e de assistência médica. **Ir à cidade** faz parte da vida do roceiro. Antigamente era lá que ele buscava as especiarias e os gêneros e se informava das novidades. Hoje, ele as confirma e comenta, uma vez que tem a televisão a seu lado, na sua fazenda. Este é um ritmo que obedece a necessidades antropológicas e se a ele se juntam os meios de massa, não será única e exclusivamente em função de uma indústria cultural homogeneizadora que vem das cidades. Pode ser até em parte, mas o todo não se explica simplesmente por este argumento frankfurtiano.

Essas publicações podem também ser vistas pela ótica do **jornalismo científico**, de cunho urbano-rural. Se a gente se envereda pela trilha das descobertas científicas, no campo da agricultura ou da agroindústria, que devem ser esclarecedoras para todos aqueles que necessitam melhor compreender algumas inovações, que resultem também na melhoria de sua produtividade, podemos obter uma boa resposta por parte dessas publicações especiais, onde um marketing específico exige conhecimentos diferenciados. E elas também nos fazem lembrar aquelas propostas de divulgação e informação providas das descobertas tecnológicas, postas a serviço do campo e que na área dos programas de pós-graduação em comunicação criaram um vasto contingente de mestres, especialistas e doutores. Com o fim de obter-se a **adoção de inovações tecnológicas** na agricultura e o conseqüente aumento de produtividade, vários cursos foram criados pelas universidades norte-americanas e brasileiras, por onde passaram e ainda passam os "teams" da EMBRAPA, EMBRATER, Ministério da Agricultura e professores dos cursos de agronomia e comunicação de instituições nacionais. A modernização e mesmo o desenvolvimento rural mobilizaram inicialmente várias **publicações técnicas**, que podem ser lembradas como o nascedouro dessas revistas especializadas e sofisticadas que estão hoje nas bancas de jornais. E aí é o caso de perguntarmos: — essas **publicações técnicas** fariam também parte da indústria cultural, em sua fase inicial, aquela de divulgação de conceitos que viriam favorecer a modernização na agricultura? Acreditamos que aí o conceito da indústria da cultura seria exagerado.

A entrada da televisão no meio rural (Humberto Pereira, editor de GLOBO RU-

RAL, lembra iniciativas menores na televisão gaúcha, como o programa CAMPO E LAVOURA que precedeu ao GLOBO RURAL, assim como o programa JORNAL DO CAMPO na televisão de Vitória, no Espírito Santo e algumas outras emissões ainda mais regionais, como em Cornélio Procópio no interior do Paraná; todas essas iniciativas levadas a efeito antes de 1980), veio também modernizar as peças de comunicação que circulavam no campo. Quando a revista MANCHETE RURAL elabora uma matéria: "Fungo: morte à saúva" do insetologista Aurino Florêncio de Lima, da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, nos leva a crer que os comunicadores rurais das antigas Acar-ES regionais, estariam hoje certamente escrevendo suntuosamente em revistas em quatro cores. E eles não estariam longe do repórter José Hamilton Ribeiro, que no GLOBO RURAL faz uma grande reportagem sobre o cavalo pantaneiro. E não só escrevem hoje – técnicos – repórteres e comunicadores em páginas coloridas, como são filmados pela televisão, e suas mensagens são vistas ao mesmo tempo, na cidade e no campo. Cabe assim à televisão a integração mais abrangente entre essas duas realidades, e pouco importa se o programa se chame GLOBO RURAL, o que vale que o SOM seja BRASIL, melhor dizendo, que o particular campo seja compreendido no todo Brasil, ou inversamente. Nesse sentido o professor da Universidade Rural de Lavras, Luiz Carlos B.F. de Oliveira, defendeu tese na Universidade de Brasília – Departamento de Comunicação, encarando o GLOBO RURAL como elemento integrador do capitalismo no campo. Acreditamos que a palavra integração seja mais correta do que homogeneização, para as pretensões mais abrangentes deste trabalho.

AÇÃO CONSTRUTIVA NOS MEIOS

A reportagem até parece que nasceu no campo

O GLOBO RURAL traz uma história bem interessante para ser contada, em seus aspectos: de onde veio, o que faz e para onde vai a equipe que o produz. Seria o mesmo que analisar o programa do ponto de vista de seus autores e das propostas que vêm tendo em relação ao conhecimento e à transformação da realidade que os cerca. Falando de um ponto de vista hermenêutico, e aqui pode surgir uma elucidação de nosso método de leitura da televisão e de seus programas, algumas histórias e um certo sentido de tradição romântica poderiam explicar melhor o que seja o GLOBO RURAL. Na impossibilidade de compreendermos diretamente este programa, pois nenhum objeto nos possibilita acesso imediato a ele mesmo, recorreremos então a seus autores, como forma viável de que uma estrutura de vida possa explicar uma outra estrutura, aquela do texto. Como nos diz Wilhelm Dilthey: "Cada palavra, cada frase, cada gesto ou expressão de cortesia, cada obra de arte e cada feito histórico é compreensível somente porque há um fundo comum que une a pessoa que se manifesta com a pessoa que entende. O ser singular vivencia, pensa, age sempre em uma esfera comum e somente nela se entende. Tudo que se compreende traz em si, por assim dizer, a marca do que é conhecido a partir de tal comunhão. Nós vivemos numa atmosfera, ela nos envolve conti-

nuamente. Estamos mergulhados nela. Nesse mundo histórico e compreensível, estamos por toda parte como em casa, compreendemos o sentido e o significado de tudo, nós próprios somos tecidos nessas coisas comuns". E Jurgen Habermas completa:

"a linguagem é a base da intersubjetividade e, conseqüentemente, da objetividade das expressões vitais". Nesses termos, o programa GLOBO RURAL pode funcionar para nós como uma palavra ou um feito na história e entre ele e nós mesmos existe um fundo mútuo de compreensão. Tivemos durante um bom tempo um contato muito íntimo com boa parte do grupo que o produz, contato vida, vivência. Funcionou af a pré-compreensão do objeto, uma vez que pré-conhecíamos aqueles que o produzem. Um círculo hermenêutico se produziu assim entre nós, um círculo de compreensão, uma atmosfera circular de mútua compreensão. O que possibilitou a nossa interação foi a linguagem-objeto do próprio programa, unindo nossas subjetividades.

Se analisássemos o programa unicamente pela ótica da indústria da cultura, poderíamos partir para acusações ao grupo que o produz, o qual estaria atuando sob inspiração única da ótica capitalista. Segundo declarações do próprio diretor do programa, Humberto Pereira ⁵, o que eles pretendem fazer é **um jornalismo que retrate uma fala com o agricultor**, não somente em seus aspectos pragmáticos e objetivos: o agricultor deve produzir bem... mas revelar, reportar as festas, os cultos, os mitos do homem do campo, o agricultor deve ser visto em sua totalidade. Não é por menos que o GLOBO RURAL realizou uma reportagem sobre a **onça e o agricultor**, pois todo homem do campo tem uma história de onça para contar... Ora, esses aspectos antropológicos jamais seriam mostrados numa perspectiva de indústria da cultura...

Não negando o regime em que se situa historicamente, foi fazendo um programa de TV, editando uma revista, que esse grupo vem permitindo que imaginários urbanos e rurais se encontrem, apropriando cada um a sua maneira, o que lhe interessa a partir de uma **emissão aberta**. Entendemos por emissão aberta, por exemplo, essa fala com o agricultor, esse deixar o agricultor falar de sua própria vida e atividade econômica e não simplesmente impor a este mesmo homem do campo, e ao homem da cidade que o vê na televisão, traços estereotipados de uma fala já industrializada. Nesse sentido é interessante consultar Rosa Maria Bueno Fisher da TV Educativa do Rio de Janeiro e sua ação produtiva de programas infantis, onde espera que os mitos empregados na produção encontrem uma guarita no campo imaginário das crianças e vice-versa.

Sendo assim, o GLOBO RURAL traz uma memória preciosa por detrás dele mesmo. Basta que surjam intérpretes, mensageiros e tradutores. Como todo caipira gosta de contar histórias e como toda preta velha também conta histórias para as crianças das cidades, nada como contarmos aqui também, neste mundo de pesquisadores e de cientistas - rurais e urbanos, um pouquinho de história do GLOBO RURAL. E

⁵ Humberto Pereira. Entrevista exclusiva para os CADERNOS DE DIFUSÃO DE TECNOLOGIA, realizada em 9 de agosto de 1987.

contar tudo isso dentro de uma narrativa que explique por que redatores e repórteres da melhor revista brasileira de todos os tempos – a revista REALIDADE, migraram da cidade para o campo, da REALIDADE para o GLOBO RURAL (vídeo e revista).

A história começa então pela gênese do programa. Assim como este acabou gerando uma revista – GLOBO RURAL, foi uma equipe de uma outra revista, – a revista REALIDADE (não a confundamos com a publicação chamada REALIDADE RURAL, editada em Minas Gerais) que gerou o GLOBO RURAL. Vejamos os nomes que compõem e dirigem hoje o GLOBO RURAL:

Humberto Pereira – editor-chefe no vídeo e diretor editorial na publicação. **José Hamilton Ribeiro** – repórter no vídeo e editor-chefe na revista. **Paulo Patarra**, até bem pouco tempo, um dos diretores da revista. **Woyle Guimarães**, hoje diretor da Globo, dos telejornais em rede. **Gabriel Romeiro** – chefe de redação do programa de televisão. Pois bem, todos esses nomes são de pessoas remanescentes da equipe que comandou e que fez a revista REALIDADE, publicada pela Editora Abril e que acabou cedendo seu lugar à revista VEJA. E qual seria a história de cada um desses personagens importantes e até enigmáticos?

Humberto Pereira também passou pelo cinema, onde fez com o psicanalista anárquico Roberto Freire ⁶ o filme CLÉO E DANIEL. Nessas suas aventuras fílmicas – ou contatos com o real através da forma simbólica: cinema, Humberto foi professor de cinema da Faculdade Católica de Minas Gerais. Na mesma entrevista citada neste trabalho, conforme nota de rodapé nº 5, Humberto refere-se à sua formação cinematográfica e que muito o tem ajudado nas reportagens do GLOBO RURAL, dentro daquela idéia de que a realidade rural não só favorece a ação jornalística, como também a linguagem fílmica. O campo fica sendo sempre um lugar arejado, oxigenado, muito propício a reportagens, ao exercício de contato com um real quase virgem, o que é quase impossível na cidade.

Ele passou também pela Livraria Duas Cidades, dirigida pelos frades dominicanos de São Paulo. Quem poderia explicar os porquês dessa conversão rural na pele de Humberto Pereira? Os que conhecem suas origens mineiras, amante da vida e da fértil racionalidade do campo, podem entender muito bem como ele passou agora a dar vazão a seus ares e aspirações espiritualistas, voltando à vida do campo e atuando ao mesmo tempo na cidade. Humberto, sempre na mesma entrevista, diz-se hoje **fascinado pela luz** e parece claro que esses fascínios permanecem nele, indo à realidade do campo e voltando à realidade das cidades, num vai-e-vem, cheio de “fades-in” e “fades-out”, para ficarmos dentro da linguagem cinematográfica. No tempo da Livraria Duas Cidades, conjugava certamente a experiência das cidades de Deus e dos homens, numa inspiração em que se confundiam santos que lhe são caros: Santo Agostinho e São Domingos de Gusmão. Ele agora atua nas outras duas cidades, a cidade da cidade e a cidade do campo, ou o campo da cidade, naquilo que têm de melhor.

⁶ Também foi da revista REALIDADE.

Em busca do outro... buscando um dos autores do GLOBO RURAL, também um dos autores de REALIDADE, encontra-se o caminho da compreensão do objeto desejado. E nesse caminho de identificações e procuras, a gente acaba até descobrindo-se a si próprio, nós que também pertencemos à revista REALIDADE, na qualidade de representante em Belo Horizonte, fomos colega de colégio de Humberto Pereira e hoje exercemos a crítica da televisão...

Paulo Patarra foi um dos editores-chefes da revista REALIDADE, **Woylé Guimarães** e **Paulo Henrique Amorim**, dentre os principais repórteres da revista, ligados ao grupo hoje, de uma maneira ou de outra. **José Carlos Marão**, ainda hoje na revista QUATRO RODAS, **Luiz Fernando Mercadante**, **Sérgio de Souza**, **Narciso Kalili**, são nomes de grandes repórteres da REALIDADE e que também de alguma forma comungam os ideais jornalísticos do grupo que hoje faz o GLOBO RURAL. **Gabriel Romeiro** é hoje presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo, homem especializado em hermenêutica, teoria da interpretação, exegese bíblica e, portanto, capaz de fazer muito bem a tradução do urbano e do rural, assim como ele fazia a tradução do religioso e do profano. Para apimentar as coisas, neste último número da Revista GLOBO RURAL, a seção LEITURA é escrita pelo **Frei Betto**, que conviveu com a revista REALIDADE, e que hoje entende muito bem do movimento eclesial de base, que tem raízes profundas nas comunidades periféricas das cidades e nas comunidades rurais.

José Hamilton Ribeiro é jornalista prêmio Esso e no Vietnã notabilizou-se pelo tipo de cobertura que fez para a revista REALIDADE, tão próxima da própria realidade, a ponto de vir a perder uma perna em pleno campo de batalha. É de sua autoria o livro O GOSTO DE GUERRA. José Hamilton, depois dessas reportagens e incursões realistas em REALIDADE e no próprio "front" de guerra, fez uma experiência dirigindo um jornal diário no interior paulista, na cidade de Ribeirão Preto. Vejam aí também o seu gosto da terra. Vendo-o, encarando-o de frente, José Hamilton é o próprio matuto - caipira, homem de expressão visual e fala interioranas, homem sábio e de contato íntimo com a natureza, assim como Guimarães Rosa sabia das coisas da vida universal e do regional particular. José Hamilton não precisa dedicar-se ao objeto realidade - natureza. Esses objetos já estão dentro dele. Na sua figura realiza-se aquele pacto sujeito-objeto, sobre o qual os filósofos da fenomenologia, ontologia e existencialismo já diziam que um se comprometia no outro. E nos dizeres de Humberto Pereira, José Hamilton é o tipo de repórter que vai e que realmente traz, isto é, é o tipo de pessoa que de contato tão íntimo com a realidade, é impossível que volte de uma missão jornalística, sem ter extraído do real-total o máximo que pode oferecer.

Assim, revendo-se o time que faz a revista e o programa de televisão GLOBO RURAL, buscando as suas origens históricas e sua tradição até mesmo romântica... na revista REALIDADE, tentando assim analisar as condições de produção e edição dessas missões jornalísticas, concluímos que parecem ter migrado para uma visão da reali-

dade do campo, saindo do geral – crítico para o particular – crítico, como se celebrassem um novo pacto social.

Repetimos então a pergunta: – o que teria levado esse grupo de tamanha envergadura jornalística a dedicar-se a essa tradução cidade-campo? – Teria ele trocado de ideologias, ou no fundo continuaria fazendo a mesma tarefa, apenas utilizando-se de ferramentas um pouco diversificadas? – Estaria certo o estudo de uma agência de publicidade ao concluir que: “o sertanejo redescobre, sob o cobertor da fala do homem urbano, o discurso de seu semelhante?” Se concordamos ou não, é bom que cada um matute, reflita, interprete, compreenda o fenômeno que vem acontecendo de uns anos para cá. Várias pessoas, vários grupos, vários jornalistas saíram buscando novas realidades por aí fora... com muito mais razão o grupo que migrou da própria REALIDADE para o GLOBO RURAL. – Que novas realidades seriam essas? – Realidades que possibilitassem o simples e inteiro exercício da profissão – repórter?

Numa elucidação que não é simples, mas que também não é bicho-de-sete-cabeças, o cineasta Armando Sampaio Lacerda⁷ deu a seguinte interpretação para o trânsito dessa equipe jornalística.

“Os meios de comunicação de massa, principalmente por uma questão de economia, passaram a esquecer-se da reportagem. O GLOBO RURAL e o GLOBO REPÓRTER são ainda um dos poucos programas da televisão brasileira que se dedicam à reportagem. Sendo assim, não caberia um José Hamilton Ribeiro em outro programa ou em outra revista. O sentido de se buscar a notícia, fruto de uma longa pesquisa e de um profundo contato com o real, coisa que a imprensa fragmentária de hoje não tem mais paciência e economia, deve ter levado a equipe da REALIDADE aos poucos momentos e lugares jornalísticos, em que ainda se tem essa oportunidade na imprensa de hoje.”

Muito embora Humberto Pereira ache que na cidade ainda existam boas oportunidades de reportagem e que ainda existam excelentes reportagens urbanas nos veículos de massa, ele acredita que no campo haveria uma possibilidade maior de vermos a luz, de vermos o fundo das coisas, incluindo aí a dimensão estranha da própria realidade, que certamente uma Avenida São João cheia de ônibus e poluição, custaria a proporcionar. Da nossa parte, contentes e ao mesmo tempo insatisfeitos com as respostas recebidas, no atual estágio de nossas pesquisas e incursões semióticas, só podemos

⁷ Armando Sampaio Lacerda: entrevista realizada em julho de 1987, no Clube da Imprensa de Brasília.

concluir que o campo seria a extensão paciente das cidades, e estas a abreviação dos momentos duradouros do campo. O lugar e o tempo ideais para que se produzam reportagens ainda estariam no campo. E se o sertão é o mundo, como nos diz o mestre Guimarães Rosa, a cidade vai ter que continuar aprendendo com o campo, as coisas da vida, durante um bom tempo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, A. Fungo: morte à saúva. *Manchete rural*, (5):8-9, 1987.
- CANTOR, J.G.M. *A festa no pedaço*. São Paulo, Brasiliense, 1983.
- COISAS da roça: um estudo sobre a televisão publicitária no meio rural. São Paulo, Agência Standard. Ogilvy & Mater, 1981.
- DILTHEY, W. A construção do mundo histórico nas ciências do espírito. s.n.t. Citado por Maria Nazaré de Camargo Pacheco Amaral no Suplemento do Estado de São Paulo 27 de junho de 1987. p.7.
- FISHER, R.M.B. *O mito na sala de jantar*. Porto Alegre, Movimento, 1984.
- FREITAG, B. *Teoria e crítica: ontem e hoje*. São Paulo, Brasiliense, 1986.
- HABERMANS, J. *Théorie de l'agir communicationnel*. Paris, Fayard, 1981. v.1. e 2. Originais de 1981.
- KELLNER, D. Television, mythology and ritual. *Praxis* (6):1982.
- LIMA, V.A. de. & RAMOS, M.C. A TV no Brasil: desinformação e democracia. *Rev. Cult.*, Petrópolis, (9):33-48, 1984.
- OLIVEIRA, L.C. de S. *A televisão e a integração do empresariado rural com complexo agrário - o programa "Globo Rural" na região sul do Estado de Minas Gerais: um estudo de caso*. Brasília, UnB, 1986. Tese Mestrado.
- REAL, M.R. Demythologizing media: recent writings in critical institutional theory. *Crit. Studies Mass Comm.*, (3):476, 1986.
- RIBEIRO, J.H. O brasileiro que pede serviço. *Globo rural* (22):58-68, 1987.
- RIBEIRO, J.H. *O gosto de guerra*. São Paulo, Brasiliense, 1969.
- Cad. Dif. Tecnol., Brasília, 4(2):165-178, maio/ago. 1987