

Autor: Pedro Serra

Título: As ‘revistas eletrônicas’ e as relações entre entretenimento e jornalismo na televisão. Uma análise do caso brasileiro em perspectiva internacional

Resumo: O objetivo deste trabalho é contribuir para a compreensão sociológica das relações entre entretenimento e jornalismo televisivos por meio da análise das lógicas de recrutamento próprias a esses mercados. Essas relações podem ser interpretadas à luz de clivagens estruturantes não apenas de embates precursores de distintas concepções da televisão - veículo de entretenimento/veículo de informação -, como também de estratégias complementares de sobrevivência econômica - a busca da audiência (interesse de curto prazo) e a busca por prestígio e credibilidade para os canais (interesse de longo prazo). Para tal, as chamadas “revistas eletrônicas” constituem um material privilegiado, já que constituem uma categoria de programas que assumem, de forma característica, hibridez entre jornalismo e entretenimento. Recorreremos a uma análise em perspectiva comparativa internacional do perfil profissional daqueles responsáveis pela confecção e apresentação desses programas, afim de compreender comparativamente o caso brasileiro

O processo de constituição de uma cultura televisiva nos Estados Unidos engendra experiências e modelos que servem, posteriormente, de fonte de inspiração para a confecção de programas televisivos em outros países. Neste país, nas décadas de 1960 e 1970 se dá a derrocada do apresentador de variedades em benefício de profissionais de outro perfil: os jornalistas-apresentadores. O programa 60 minutes, que passa a ser transmitido em horário nobre (nas noites de domingo) em 1975 no canal CBS é uma espécie de protótipo do que virá a ser um gênero de sucesso: o news magazine (revista eletrônica de informação).

O Fantástico (Rede Globo) é o exemplo mais bem acabado do gênero na televisão aberta brasileira atual. No que tange ao recrutamento dos profissionais que encarnam o programa aos olhos do público, o peso do critério ‘credibilidade’ observa-se no fato de que seus apresentadores são, desde seu lançamento, quase exclusivamente, os âncoras dos telejornais noticiários de horário nobre. A popularidade também orienta essas escolhas: além dos âncoras dos telejornais gozarem de grande popularidade, a partir dos anos 1990 alguns de seus apresentadores têm passagem prévia em editorias jornalísticas de grande audiência, mas menor prestígio - como a de ‘esportes’ -, ou em programas populares de entretenimento como reality shows.

Já na televisão aberta francesa, o gênero assume contornos distintos: o chamado magazine – denominação sistematicamente mobilizada, frequentemente nos títulos desses programas - inspira uma enorme quantidade de programas distintos – cujo conteúdo é menos diversificado. Há uma nítida especialização (conforme trata-se de um magazine d’information, culturel, d’investigation, etc). Assim como seu conteúdo, seus apresentadores, e também seus convidados, apresentam, portanto, trajetórias acadêmicas e profissionais mais especializadas do que costuma ser, de forma característica, a dos âncoras de noticiários televisivos.