

Sobre o Jornal Nacional: um recorte discursivo

Conrado Moreira Mendes*
Mirian Chrystus**

Resumo

Neste artigo, buscamos estabelecer um recorte de natureza discursiva/textual a respeito de recentes pesquisas sobre o Jornal Nacional (JN), noticiário exibido diariamente pela Rede Globo de Televisão. Dessa forma, o texto estrutura-se da seguinte maneira: em primeiro lugar, traçamos um breve histórico do noticiário para, em seguida, discorrer sobre a sintaxe, o modo de organização do conteúdo do JN. Após tais considerações, apoiamo-nos em pesquisas que tratam da relação do JN com a ideia de nação. Por fim, trazemos alguns resultados de pesquisas realizadas na interface da Linguística e da Comunicação sobre a fala/oralidade de repórteres e apresentadores do noticiário aqui enfocado. O panorama que procuramos estabelecer constrói-se, assim, menos em torno de uma leitura de conteúdo político, sobejamente realizada, e mais em sob um viés discursivo, da linguagem assumida pelo telejornal para seduzir e capturar o telespectador.

Palavras-chave: *Jornal Nacional. Telejornalismo. Nação. Texto.*

* Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Semiótica e Linguística Geral da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Bolsista de Doutorado da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo. Endereço Profissional: Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas. Av. Prof. Luciano Gualberto, 403, Cidade Universitária – 05508-900 – São Paulo, SP – Brasil. E-mail: conradomendes@yahoo.com.br

** Professora adjunta do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Possui Mestrado em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais e Doutorado em Estudos Literários pela mesma Instituição. Endereço Profissional: Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Departamento de Comunicação Social. Av. Antônio Carlos, 6627. Pampulha – 31270-901 – Belo Horizonte, MG – Brasil. E-mail: mcmsilva@uaiVIP.com.br



Pode-se dizer que ele [o Jornal Nacional] é a instituição jornalística central no Brasil de hoje.

Eugenio Bucci

Introdução

A partir da década de 1970, cruzaram-se duas perspectivas que deveriam, em princípio, ser opostas: a dos intelectuais de esquerda e a dos proprietários de meios de comunicação. No entanto, ambos os setores divulgavam um pensamento semelhante: televisão encarada como meio popularesco, de mau gosto, grotesco e ideologicamente voltado para a manutenção do poder. Para Machado (2000, p. 16), tais perspectivas filiam-se a, principalmente, duas escolas: a adorniana e a McLuhiana. Para a primeira, a televisão é fundamentalmente ruim, enquanto, para a segunda, a televisão é essencialmente boa. Os argumentos são da mesma natureza: sua estrutura tecnológica, mercadológica e seu modelo abstrato e genérico.

No Brasil, havia ainda um agravante: essas classes, a dos intelectuais de esquerda e a dos proprietários de meios de comunicação, encontravam-se articuladas em um regime militar promotor de perseguições, assassinatos, tortura. Intelectual que se prezasse, ao abordar o fenômeno televisivo, tinha que fazê-lo em termos de conteúdo e, invariavelmente, fazer a crítica ao empobrecimento causado inevitavelmente ao seu público¹.

Recentemente, nos últimos 15 anos, outras perspectivas sobre os meios de comunicação em geral – e a televisão em particular – começaram a se difundir. Elas iniciam um processo de despolitização do olhar *stricto sensu*, ao conferir uma atenção específica ao “como” se elaboram concretamente os produtos televisivos. É, assim, sob essa perspectiva que localizamos nossa proposta de trabalho a respeito do *Jornal Nacional* (JN), noticiário exibido diariamente às 20h30min há mais de 40 anos pela Rede Globo de Televisão.

Localizado nosso ponto de vista, apresentamos, agora, a justificativa deste trabalho: o JN, quer se queira, quer não, constitui a principal

1 Novais (2002), por exemplo, numa perspectiva intelectual de linhagem adorniana, ao comentar as mudanças provocadas pelo golpe de 1964, afirma que elas não se limitaram a fechar o espaço público, abastadar a educação e fincar “o predomínio esmagadora cultura de massas”, mas também deixar a herança de “miséria moral, de pobreza espiritual e de despolitização da vida social”. O suporte desta verdadeira “tragédia histórica seriam os meios de comunicação de massa, notadamente a televisão brasileira e mais especificamente a TV Globo, através de seu telejornalismo. A eficácia da forma de dominação dos ricos e privilegiados, segundo ele, para além da violência empregada pelo regime, estaria na forma “prazerosa, disfarçada de entretenimento”. Ou no jornalismo, “forma muito séria, revestida de informação objetiva: a indústria cultural americanizada”. Já a edição do livro *Anos 70*, proporcionou a uma autora, Maria Rita Kehl, a oportunidade de rever a sua própria visão da época. E ela, muito honestamente, reconhece o esquematismo da análise feita na juventude ao afirmar que “a televisão participou e participa do progresso e da evolução democrática da sociedade brasileira”. Ou seja: do imenso poder atribuído à televisão, nos anos 1970, ela passa a ter o poder que a sociedade lhe outorgar.

instituição jornalística do Brasil atualmente, tal como anuncia a epígrafe que abre este texto. Tal importância se deve, dentre outras razões, à pouca prática de leitura e à presença maciça da televisão no Brasil, bem como a questões históricas e políticas que entrelaçam a trajetória do noticiário em questão com a da Rede Globo de Televisão, etc. No entanto, o simples fato de ser o noticiário mais visto na TV brasileira já serve de argumento para a proposta neste texto: estabelecer um recorte a partir do conhecimento elaborado a respeito do *Jornal Nacional* por pesquisas recentes com o intuito de compreender melhor o funcionamento desse produto midiático.

O artigo estrutura-se da seguinte maneira: em primeiro lugar, traçamos um breve histórico do noticiário para, em seguida, discorrer sobre a sintaxe, a organização do conteúdo do JN. Após tais considerações, apoiamos-nos em pesquisas que tratam da relação entre a ideia de nação e o *Jornal Nacional*. Por fim, trazemos alguns resultados de pesquisas realizadas na interface entre Comunicação e Linguística, sobre a fala (oralidade) de repórteres e apresentadores do telejornal aqui focado.

Nossa intenção é modesta e não pretendemos, evidentemente, reunir aqui tudo o que foi produzido sobre o JN e, por contiguidade, telejornalismo e televisão no Brasil: um volume tão grande de informações não caberia, por certo, nos limites de um artigo. O recorte que propomos estabelecer é, assim, necessariamente, *imperfeito*, sob algumas perspectivas com que dialogamos, porque temos mais afinidade: constrói-se menos em torno de uma leitura de conteúdo político, sobejamente realizada, e mais a partir de um viés discursivo/textual², da linguagem assumida pelo telejornal para seduzir e capturar o telespectador.

Breve histórico do JN

No dia 1º de setembro de 1969, estreou o primeiro telejornal transmitido em rede nacional no Brasil, o programa jornalístico de maior audiência da história da televisão brasileira: o *Jornal Nacional*. Gerado no Rio de Janeiro, sede da TV Globo, o JN era retransmitido para suas emissoras em vários pontos do País, por meio de um sistema no qual a Embratel associava a emissão de micro-ondas e por satélite.

O JN foi criado por uma equipe comandada pelo jornalista Armando Nogueira e foi o primeiro a apresentar reportagens em cores e a mostrar imagens via satélite de acontecimentos internacionais, no mesmo momento em que ocorriam. Segundo Paternostro (1999), o estilo de linguagem, a narrativa e a figura de repórter de vídeo vinham

2 Entendemos os termos “discurso” e “texto” com base nos pressupostos teóricos da Semiótica Discursiva: o discurso refere-se ao plano do conteúdo; o texto, por sua vez, à junção do plano do conteúdo (o do discurso) com um plano de expressão (verbal, não verbal ou sincrético).

dos telejornais norte-americanos. Um dos grandes diferenciais trazidos pelo JN foram matérias testemunhais, com a fala dos entrevistados. De acordo com Armando Nogueira, “o que caracterizava nosso jornal era o som direto. O *Repórter Esso*³ não tinha som direto porque saía embalado da redação do *Jornal do Brasil*, onde funcionava a [agência de notícias] *United Press*, distribuidora do noticiário” (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2004, p. 34)

O JN empenhou-se na criação do conceito de uma notícia com dimensão nacional, até mesmo por uma questão do próprio formato da mídia, quer dizer, pelo fato de ser transmitido em rede nacional. “As matérias deveriam ser de interesse geral e não regionais ou particularistas. Os assuntos tinham que chamar atenção tanto do telespectador de Manaus quanto de Porto Alegre”. (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2004, p. 39)

No que se refere ao momento histórico da época, o JN nasceu sob o signo da ditadura militar, implantada no Brasil pelo Golpe de 1964. E, com a decretação do Ato Institucional n. 5, em 1968, o JN já surgiu marcado pela censura. Na estreia, a notícia do derrame do presidente Costa e Silva teve de ser negociada, já que era objetivo dos militares esconder o fato. Apesar da censura, a TV Globo atingiu seu objetivo de tornar-se um modelo para o telejornalismo brasileiro – mais que isso – tornou-se o modelo único no país de linguagem completamente diferenciada do que se produzia até então.

Por outro lado, é importante salientar também que a criação de um telejornal de caráter nacional era desejável pelos militares então no poder. O desenvolvimento de grandes feitos nacionais, como a criação das estatais ou a rodovia Transamazônica, data desta época, e um telejornal que unisse simbolicamente um país, povoado nas regiões Sudeste, Sul e litorânea, mas parcamente habitado nas regiões Norte e Centro-Oeste, era de interesse daqueles que queriam construir a imagem de um “grande país”. Portanto, se o JN nasceu sob a égide da censura, ele também foi um projeto confluyente com as aspirações dos militares. Os telejornais de caráter nacional, e aí se inclui o JN, assim como afirma Chrystus (2007), têm o objetivo de atingir todos e em todos os cantos do País. Com esse propósito nasceu o JN, com o diferencial de unir o País de ponta a ponta.

Eugênio Bucci, que, apesar de já ter classificado criticamente o JN como um “folhetim eletrônico”, pelo fato de muitas de suas matérias jornalísticas apresentarem, segundo ele, caráter lacrimoso, no prefácio

3 Telejornal da TV Tupi SP e RJ. Esteve no ar entre 1953 e 1970. “Nos primeiros tempos da TV brasileira, como os anunciantes compravam os espaços, os programas recebiam o nome do seu patrocinador, como é o caso desse telejornal”. (PÁTERNOSTRÖ, 1999, p. 35)

de Travancas (2007), entretanto, o autor afirma que, hoje, é pouco dizer que o JN seja o maior e o melhor telejornal já realizado no Brasil. Trata-se do programa jornalístico mais influente do País. O autor destaca que, além da manutenção da audiência de 30 milhões de telespectadores todas as noites, a qualidade do JN também mudou para melhor:

Há 20 anos, ou até o início dos anos de 1990, ele era sinônimo de fraude e empulhação. Podia ter mais audiência, mas não tinha esse atributo fundamental do jornalismo, que é a credibilidade. Não era respeitado em termos de fidelidade aos fatos, ao menos junto aos públicos mais informados. (BUCCI, 2007, p. 10).

Para Bucci, o ano de 2006 marcou o JN como o momento em que esse telejornal, após mudanças de ordem “plásticas e estruturais”, passou a desfrutar de uma credibilidade nunca antes obtida. A cobertura das eleições de 2002 foi mais equilibrada que as anteriores e a do governo Lula, que teve início no ano seguinte, apresentou o mesmo tom. Afirma Bucci (2007, p.10) que “o noticiário se livrou da subserviência solícita ante o Executivo Federal”. Segundo o autor, não se podem ignorar os méritos do JN: é bom, bem-feito e não é dado a sensacionalismos: “ou se admite isso, com todas as letras, ou se abandonam as condições de criticá-lo com maturidade e honestidade intelectual” (BUCCI, 2007, p.11).

A suma importância do JN no Brasil se deve muito ao fato de a televisão ter um alcance infinitamente maior que quaisquer práticas de leitura. Segundo Travancas (2007, p. 58), não existe hábito de leitura na população brasileira e isso contribui para a maior presença da televisão. Assim, para essa autora, “quanto mais pobre e com mais baixa alfabetização, maior o peso da televisão”. Não obstante isso, existem pesquisas que mostram a presença da TV e do JN também em meios de maior letramento⁴.

A sintaxe do JN

O JN, referência nacional no telejornalismo, confunde-se, muitas vezes, com o próprio fazer telejornalístico e, ao mesmo tempo, distingue-se sutilmente dos outros telejornais. Essa diferenciação em relação aos

4 Um exemplo disso foi a “Pesquisa CDN – Credibilidade da Mídia”, realizada entre maio e julho de 2008, que comparou dados de 2003 e 2005 para identificar a importância e a credibilidade atribuídas por executivos (91% deles concluíram a graduação e a pós-graduação) aos diferentes tipos de mídia, o peso de cada um deles na formação de opinião, os hábitos de leitura, o impacto e a repercussão de notícias positivas e negativas, e a avaliação da notícia em relação à publicidade. No estudo, percebeu-se que os jornais impressos e a televisão continuam sendo, em relação a 2005, os meios de comunicação com maior penetração entre o público entrevistado, apesar do crescimento de 30% dos sites de internet e das revistas nesses três anos. Em relação às emissoras de TV, o estudo mostrou que os programas das Organizações Globo são os preferidos do público pesquisado: o JN foi o preferido entre 72% dos entrevistados. (PORTAL Imprensa. Disponível em: http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2008/08/27/imprensa22050.shtml. Acesso 18 out. 2008)

demais telejornais remete ao conceito que Gomes (2005, p. 2) utiliza, o chamado *modo de endereçamento*, ou seja, a forma como “o programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um *estilo*, que o identifica e que o diferencia dos demais”. Segundo a autora, o JN possui todas as marcas que caracterizam um telejornal: a temática, o formato, o cenário, os apresentadores: “tudo contribui para a identificação do programa com o gênero [telejornalístico]”. (GOMES, 2005, p. 6)

O noticiário tem início com a apresentação do patrocinador, e os apresentadores, em seguida, anunciam as principais manchetes. Tudo é feito de forma ágil, para chamar a atenção do telespectador. “Eles [os apresentadores] miram a tela de forma fixa e nos convocam: *Veja agora, no Jornal Nacional*”. Para a autora, “o texto evidencia uma estratégia de ‘aproximação’ com o leitor” (GOMES, 2005, p. 6). Rezende (2000) afirma que o JN mantém a mesma estrutura desde sua criação. Depois da escalada, o noticiário se desenvolve em blocos, que são separados por passagem de bloco, até os créditos finais, no encerramento. O tempo médio situa-se em torno de 23 minutos de produção, fora o tempo dedicado aos intervalos, os intervalos entre os blocos. Segundo Gomes (2005, p. 9), “a estrutura do JN é impecável: chamada, matéria no clássico formato *off – passagem – sonoras* e nota pé muito presente no jornal”.

Os dois apresentadores ocupam uma bancada prateada, em um cenário cuja cor predominante é o azul. Eles apresentam o JN acima da redação, o que é emblemático, pois eles estão “acima da produção da notícia”. Ao fundo, figura um mapa-múndi em um globo azulado. A tecnologia é de ponta, sendo muito frequente a utilização do efeito *chromakey*, por meio do qual imagens são projetadas atrás dos apresentadores.

Para Gomes (2005, p. 7), a notícia do *Jornal Nacional* se apresenta de forma imparcial: “uma das formas mais visíveis da construção da credibilidade no JN é através da elaboração, retórica, dos ‘dois lados da notícia’”. Chrystus (2007, p.182) corrobora a posição de Gomes afirmando:

Fiel ao seu estilo ‘imparcial’, a notícia se constrói mostrando os chamados ‘dois lados’ da situação. Qualquer que seja o tema ou a reportagem, sempre haverá *dois lados*, num evidente dualismo: nem um, nem três, nem cinco – sempre *dois* lados da questão.

No JN, não há emissão explícita de opiniões por parte dos apresentadores, e isso se caracteriza como um fator de construção de efeito de imparcialidade⁵. Gomes (2005) ainda ressalta a constante presença de

5 A fala dos profissionais envolvidos na produção do JN, no entanto, apresenta-se como a realização da chamada imparcialidade: “O *Jornal Nacional* tem objetivo mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia, com isenção, pluralidade, clareza e correção”. (BONNER, 2010, p. 17)

especialistas e da sustentação por números, dados estatísticos e gráficos, o que evidencia um caráter didático do noticiário.

Além disso, esse telejornal valoriza sua cobertura, dando destaque ao trabalho de repórteres espalhados pelo Brasil e pelo mundo. Isso se relaciona à construção do estilo inconfundível de ser do JN que é, para Gomes (2005), a capacidade de “estar lá”, só possível graças ao poderio econômico e tecnológico da Central Globo de Jornalismo. Essa ideia de onipresença do JN é construída por meio das entradas ao vivo dos repórteres, o que causa o efeito de credibilidade da notícia. Esse efeito de presença, graças ao “ao vivo”, pode ser entendido, de acordo com Fachine (2008), como um *aqui* e um *agora* instaurados por um tipo de enunciado, o *texto em ato*. Esse enunciado específico, dada sua forma de enunciação, produz um efeito de correspondência entre o espaço e o tempo da TV com o mundo. Graças às entradas ao vivo de repórteres, cria-se um efeito de que o JN, estando onde acontecem, aconteceram ou acontecerão os fatos de relevância jornalística, ao telespectador é proporcionado um contato com o mundo “real”. Assim, para a Fachine (2008), essa dimensão espaciotemporal criada pelo “ao vivo” não é nem interna (de ordem semântica) nem externa (de ordem pragmática) ao discurso: é vivida no ato de uma prática discursiva.

Segundo Gomes (2005, p. 8), “o principal pacto estabelecido com a audiência é em relação ao recorte dos fatos mais ‘importantes’ do cotidiano do país (o país privilegiado pelo noticiário)”. Ou seja, é estabelecido um contrato fiduciário⁶ entre JN e audiência baseado na crença de que o recorte que esse noticiário faz equivalha aos fatos mais importantes e o que mais tem relevância para a vida dos brasileiros. Outro fator de fidejussão entre JN e audiência é o papel de organizador do mundo, de acordo com Gomes (2005). Esse noticiário se apresenta como um organizador do fluxo caótico de notícias e dá sentido aos fatos. A autora ainda salienta o papel do JN de alimentar a “conversação social”: “Um pouco de política, de economia, esportes, internacional, apenas o essencial de cada uma das editorias é suficiente para repor o estoque de informação para a conversa do próximo dia”. (GOMES, 2005, p. 8)

No que se refere à organização do conteúdo do JN, as notícias se arranjam sempre do mais forte para o mais leve. Para Gomes (2005), essa tendência é perceptível tanto em relação a todo o noticiário quanto em relação a cada bloco. A ordem de apresentação das notícias mostra-se, de maneira geral, da seguinte maneira: segurança/polícia, economia, política nacional, internacional, serviços (previsão do tempo, cotações

6 No âmbito da teoria do jornalismo, Guerra (1998) pontua que é sobre o contrato fiduciário que se baseia o jornalismo, ou seja, jornalistas e público mantêm uma confiança mútua de que a notícia se trata de realidade e não de ficção. Na perspectiva da teoria semiótica francesa, o contrato fiduciário “põe em jogo um fazer persuasivo por parte de um destinatário e, em contrapartida, a adesão do destinatário” (GREIMAS; COURTÈS, 2008, p. 208-209).

da bolsa e das moedas), esporte e social. Há, ainda, matérias não fixas sobre ciência e reportagens especiais, sobre temas diversos, geralmente temas sociais pertencentes às séries de reportagem *Brasil Bonito e Identidade Brasil*, que Chrystus (2002) denomina “matérias edificantes”, de cunho positivo, que representam ações ou soluções de problemas, seja de forma coletiva, seja de forma individual. Tal aspecto edificante permeia, no entanto, todo o telejornal, várias reportagens apontando para ações exemplares. Ao final do noticiário, após o telespectador ser bombardeado por notícias pesadas, recebe o “boa-noite” do JN, quase sempre com a elaboração de um “final feliz”, um efeito de sentido construído pela organização das editorias do JN.

Gomes (2005, p. 9) aponta o caráter fortemente conservador do JN: “É bastante conhecida a proximidade do *Jornal Nacional* e da própria Rede Globo com todos os governos”. Os mediadores (apresentadores, repórteres e comentaristas) são a “cara” do telejornal. De acordo com essa autora, o JN empresta aos apresentadores “uma identidade forte, porém temporária”. Eles “representam e traduzem todo o sentido de tradição e conservadorismo do telejornal” (GOMES, 2005, p. 10). Por 27 anos, Cid Moreira e Sérgio Chapelin ocuparam a bancada, dando lugar, posteriormente, a William Bonner e a Lilian Witte Fibe, que inauguraram uma mudança de conceito de jornalismo: “os apresentadores, antes meros veículos, passaram a tomar para si o posto de ‘âncoras’ e a responder, também, pela editoria dos jornais” (GOMES, 2005, p. 10). Sai Witte Fibe e entra em seu lugar Fátima Bernardes, formando com o marido Bonner o “casal celebridade do jornalismo brasileiro” (PORTO, 2002 *apud* GOMES, 2005, p.10):

O exemplo de casal feliz, bonito e bem-sucedido é uma peça fundamental na composição do território limpo, discreto, quase asséptico do programa. Durante todo o jornal, Fátima e Bonner permanecem sentados em suas bancadas, quase não gesticulam e nem falam entre si. O casal não ‘chama a atenção’, porque ali o espaço de protagonista parece ser reservado apenas para a ‘notícia’.

O parceria entre Bonner e Fátima na bancada do JN dura 13 anos. Em dezembro de 2011, sai Fátima Bernardes entra Patrícia Poeta, até então apresentadora da revista eletrônica dominical *Fantástico*. Independentemente das razões que motivaram a saída de Fátima Bernardes, a escalação de Patrícia Poeta – apresentadora carismática, bonita, e com apelo popular – para dividir a apresentação do JN com William Bonner, já poderia estar apontando uma mudança de rumo e de alvo da TV

Globo: a chamada nova classe média brasileira, tema que, por si só, já renderia outro trabalho.

De qualquer maneira, o fato é que, não obstante a troca de jornalistas, a identidade, a força e a representatividade do JN seguem acima da *persona* de seus apresentadores.

Nação e Jornal Nacional

Para Gomes (2005), pode-se dizer que o JN organiza-se em torno de dois eixos principais. O primeiro visa fidelizar a audiência e atrair cada vez mais o público. O segundo eixo se relaciona à valorização da identidade nacional. Não é à toa que esse telejornal carrega em seu nome a palavra *nacional*, adjetivo que corresponde à locução *da nação*. Desde sua criação, o JN, pelo fato de ser o primeiro noticiário transmitido em rede nacional, já se apresentava como o “telejornal da nação brasileira”. Segundo as Organizações Globo (2004), um dos indícios de tal afirmação era o *slogan* utilizado pelo telejornal: “A notícia unindo seis milhões de brasileiros”⁷. O segundo, na mesma linha do primeiro, era: “Três anos de liderança integrando o Brasil através da notícia”. Percebe-se que o JN, mais que a função de narrar fatos, caracteriza-se como um fator de aglutinação da nação brasileira e, de certo modo, acaba virando um legitimador dessa ideia.

Essa vocação nacionalista é reforçada, segundo Chrystus (2007, p. 155), principalmente por algumas séries de reportagens como *Brasil Bonito e Identidade Brasil*. Como aponta a autora, “através de suas narrativas carregadas de emoção, o JN, hoje, é um dos principais – senão o principal – forjador da representação do que se imagina ser a nação brasileira contemporânea”. A construção da imagem de nação é, assim, um dos compromissos editoriais do JN. Chrystus (2007, p. 199) afirma, ainda, que:

essa imagem [relativa à ideia de nação brasileira] é sempre estereotipada,⁸ o que não significa ser falsa, mas certamente redutora. Reproduz-se a imagem de um povo bom, e que a cultura brasileira, apesar de sua diversidade, repousa na unidade.

O JN é, nesse sentido, um dos principais – senão o maior – artífices que reverbera essa ideia de nação una, coesa, em torno de certas ima-

7 Esses 6 milhões correspondiam às pessoas que tinham acesso e/ou possuíam um televisor que lhes permitisse assistir ao JN.

8 Em relação ao estereótipo, Bhabha (apud Chrystus 2007, p. 20) afirma que “o estereótipo não é uma simplificação porque é uma falsa representação de uma dada realidade. É uma simplificação porque é uma forma presa, fixa, de representação que, ao negar o jogo da diferença (que a negação através do Outro permite), constitui um problema para a representação do sujeito em significações de relações psíquicas e sociais”.

gens positivas, estereotipadas de um povo bom e conciliador. Segundo a autora, no entanto, nenhum estereótipo surtiria efeito, caso não houvesse um pacto discursivo⁹ entre o telejornal e sua audiência. Afinal, tal como na obra do romancista brasileiro José de Alencar, essas belas imagens românticas, calcadas na conciliação, seriam apenas ilusões, simulações venenosas que, ao cabo, afastam o povo brasileiro de seus reais problemas? Também Sommer (2004, p. 172) chamou atenção para esse aspecto conciliador dos mitos fundadores românticos na América Latina, dentre eles o de Peri e Iracema ponderando que, aparentemente, eles fazem parte de um imaginário que tem de ser levado em consideração:

Era exatamente isso que os brasileiros desejavam na época de Alencar, e que, *aparentemente continuam desejando*: elementos indiscutivelmente locais para o momento da fundação da história brasileira. Entre outras razões a preferência dada pelos brasileiros aos índios idealizados de Alencar pode ser uma reação à política cultural de um país ávido por indícios de uma tradição autóctone legitimadora (Grifos nossos).

Assim, para Chrystus (2007), imagens da nação romântica de José de Alencar pouco ou nada se diferenciam da imagem de nação construída pelo JN. A autora afirma, igualmente, que o JN atualiza e rearticula o pacto romântico com o público, principalmente pelo aspecto de folhetim, resultando em uma linguagem confortável e acessível aos mais diversos públicos: “o telejornal se encarrega de organizar essa sensação de vertigem, conferindo uma certa ordem e assegurando certezas de caráter positivo” (CHRYSTUS, 2007, p. 209). É nesse cenário que se entrecruzam “os destroços da ideia de nação” pela barbárie apresentada diariamente na sessão das *hard news*, com as imagens de um *Brasil Bonito*, de um projeto de nação una.

JN: entre linguística e comunicação

Passemos para a última parte deste percurso sobre o JN. Nas três primeiras partes, procuramos abordar aspectos históricos, estruturais e também aqueles relativos à ideia de nação dos quais o noticiário se constitui. Nesta seção, tratamos de um elemento que faz parte da natureza audiovisual do telejornal: a voz, a oralidade, no âmbito do JN.

Para Fechine (2008), na televisão, a voz, é o elemento sonoro hegemônico. De acordo com a autora, pode-se associar à voz uma experiência

⁹ Ou ainda, utilizando-nos da metalinguagem semiótica, do *contrato fiduciário*, ou seja, o acordo estabelecido entre enunciatador (*Jornal Nacional*) e enunciatário (telespectador) fundado num *crer-verdadeiro*.

peçoal fundada no sentimento de contato que a própria voz inspira. Esses sentimentos se relacionam com o caráter pessoal da voz, uma marca de personalidade e até mesmo da corporeidade do repórter ou apresentador de telejornal. A voz, dessa maneira, passa a compor o *ethos* do comunicador, ou seja, a imagem do enunciador. A voz, ainda, constitui também uma forma de presença que “enche’ o ambiente, influenciando sobre a nossa própria percepção do espaço físico em redor”. (FECHINE, 2008, p. 115)

Ainda nessa temática, Travancas (2007, p. 70) aponta um dado interessante sobre a audiência do JN em relação ao caráter supostamente indivisível do áudio e do visual:

Fico lembrando as afirmações dos manuais de telejornalismo que garantem que uma imagem vale mais que mil palavras... Quando o que pude perceber é que nem sempre a imagem vem na frente. Há uma recepção da TV idêntica à do rádio. Os telespectadores ouvem a televisão e, em momentos especiais, vão vê-la. Nenhum dos meus entrevistados afirmou fazer o contrário, ver sem o som. Até porque é possível conciliar a escuta com outras tarefas.

A afirmação de Travancas não se insurge contra o fato de o JN ser eminentemente um produto audiovisual, sincrético¹⁰, uma vez que articula diferentes linguagens de manifestação: verbal/vocal, visual, musical etc. No entanto, é digna de nota a afirmação da autora no sentido de eleger um dos sentidos de maior peso no âmbito da recepção de um telejornal e, especificamente, no que se refere à pesquisa de Travancas (2007) quanto ao JN.

Mendes (2009), ao estudar a relação entre som (expressão da fala) e sentido no JN, apoiou-se numa perspectiva interdisciplinar que articulou dois campos: a Semiótica de linha francesa (também conhecida por Semiótica Narrativa e Discursiva) e a fonética acústica. Mediante o cruzamento de dados semióticos (do conteúdo do verbal) e fonéticos (da expressão da fala), demonstrou-se na pesquisa que dados fonéticos são afetados por dados semióticos. Dessa maneira, a sonoridade mais aguda da voz (resultada pelo aumento da média dos formantes¹¹), por exemplo, indica uma relação simbólica ao relacionar-se com um conteúdo negativo, disfórico. Em outras palavras, no caso de uma notícia de conteúdo negativo (enchentes, desastres, etc.), na pesquisa mostrou-se que a voz dos jornalistas e apresentadores do JN que a narram sofre modificações. Assim, o conteúdo atua modificando a expressão da fala, estabelecendo-se, pois, uma relação simbólica, cultural. Segundo o autor,

10 Greimas e Courtés (2008, p. 467) definem as semióticas sincréticas como sendo aquelas que “acionam várias linguagens de manifestação”.

11 No âmbito da fonética acústica, formantes correspondem aos picos de energia no espectro das vogais.

ao se empreender uma investigação interdisciplinar para o estudo do conteúdo e da expressão, analisou-se a fala em processo, encontrando-se relações que a cultura reconhece e que não foram descritas antes. (MENDES, 2009, p. 180)

No que se refere especificamente ao plano da expressão da fala, Me-deiros (2006, p. 13), em pesquisa a respeito de sotaques na TV, afirma:

Há uma tendência generalizada entre os repórteres de emissoras distantes do eixo Rio-São Paulo de modificarem a forma de falar cotidiana, no momento em que pegam o microfone e se posicionam diante de uma câmera de TV.

A hipótese da autora é corroborada por um projeto explícito da Rede Globo, que foi o da padronização das pronúncias de repórteres do maior telejornal da TV, iniciado da década de 1970/1980¹².

A referida pesquisa de Mendes (2009), no âmbito da fonética acústica, encontrou resultados que indicam uma padronização de pronúncias de repórteres e apresentadores do JN. Mendes (2009, p. 105) analisou a variabilidade dos /R/ e /S/ no JN e encontrou um grau de oscilação muito baixo, estatisticamente comprovado: “se houve uma intenção de padronizar a fala de repórteres e apresentadores do noticiário mais assistido da TV brasileira, dados fonéticos e estatísticos podem confirmar essa uniformização”.

Nesse sentido, ainda que a pronúncia regional sobrevivesse ao falar-padrão do JN, a imposição desse padrão baseia-se, também, no argumento da compreensibilidade, quer dizer, atingir o maior número possível de pessoas. Contudo, questiona Mendes (2006) por que razão o sotaque do JN, portanto o falar com características da Região Sudeste, seria mais compreensível que o de outras regiões. O que faz com que o sotaque da região Sudeste seja compreensível e, por oposição, que o acento de outras regiões do Brasil não o seja? Percebe-se que o argumento da compreensibilidade não se aplica de fato, pois tal questão está mais ligada a fatores ideológicos que linguísticos. Noutros termos, adota-se o falar da região Sudeste¹³ pelo fato de ele ser mais

12 A partir de 1974, a fonoaudióloga Glória Beuttenmuller passou a desenvolver um trabalho de uniformização da fala de repórteres e apresentadores. Beuttenmuller pretendeu, com isso, amenizar os sotaques regionais. Segundo a fonoaudióloga, em relato para o livro *Jornal Nacional: a notícia faz história*, houve a definição de um padrão nacional, estabelecido de acordo com um congresso de filologia realizado em Salvador, em 1956, “no qual ficou acertado que a pronúncia-padrão do português falado no Brasil seria a do Rio de Janeiro, com algumas restrições. Os ‘esses’ não poderiam ser muito sibilantes e os ‘erres’ não poderiam ser muito arranhados, guturais” (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2004, p. 123). Houve, assim, então, um projeto explícito de padronizar as pronúncias do Brasil em uma que seria a padrão: a do Rio de Janeiro, com as exceções citadas acima.

13 Deve-se ter claro que a adoção de um falar-padrão não implica ausência de sotaque desse falar. Esse falar-padrão possui sotaque, já que este são marcas de procedência do falante. Referindo-se a um falar do eixo Rio-São Paulo, não se trata da inexistência de um sotaque, mas do sotaque do eixo Rio-São Paulo.

prestigioso¹⁴, já que não se pode partilhar da ideia de sotaques mais ou menos compreensíveis sob o ponto de vista linguístico. Assumir tal postura seria o mesmo que dizer que existem línguas ou variantes linguísticas superiores a outras.

As pesquisas que mencionamos nesta seção demonstram novas abordagens sobre o tema oralidade no âmbito do JN e, com elas, observa-se uma considerável contribuição sobre o estudo do som/da voz dos repórteres e apresentadores do JN. Se, portanto, nas primeiras seções demos ênfase ao conteúdo do JN e seus modos de organização, nesta última parte enfocamos aspectos que envolvem elementos específicos relativos à expressão da fala. Trata-se, portanto, de pesquisas que conjugam duas áreas: as da ciências da comunicação e as ciências da linguagem.

Conclusão

O breve panorama que procuramos constituir neste artigo mostrou a infinidade de objetos de pesquisa que podem ser criados pela adoção prévia de um ponto de vista, coisa de que, há muito, já falara Saussure (2006). É por meio desse conhecimento construído, a partir de vários campos de saber, que buscamos estabelecer um pequeno estado da arte sobre o tema *Jornal Nacional*. Acreditamos ter podido demonstrar, ao congregar uma série de disciplinas e de autores, os diversos pontos de vista em relação ao mesmo objeto empírico, criando, dessa forma, distintos objetos de pesquisa. É, portanto, com base nesse conhecimento advindo de pesquisas que, cada qual à sua maneira, recortaram o JN que buscamos compor esse quadro sobre o *Jornal Nacional*. Assim, como dissemos na introdução, trata-se de um recorte – discursivo/textual – dentro de vários possíveis a serem estabelecidos. Foi sob essa perspectiva que buscamos, pois, compreender alguns aspectos constitutivos desse produto televisual.

About Jornal Nacional: a discursive clipping

Abstract

In this article, we seek to establish a 'snapshot' of discursive/textual nature in regards to a recent analysis of Jornal Nacional (JN), the daily newscast aired by Globo TV. The text is structured as follows: first, we outline a brief history of the news and then discuss

14 Sobre o caráter ideológico do falar do JN, cf. Mendes (2006).

syntax and methods of organizing the JN content. Subsequently, we focus on research pertaining to the relationship between JN and the concept of nation. Finally, we present results of studies conducted within the linguistics and communication interface in regards to the speech/orality of the newscast's reporters. The overview we hope to establish is based less on the reading of political content, and more on a discursive bias, on the language adopted by the newscast in order to seduce and capture viewers.

Keywords: *Jornal Nacional. Broadcast journalism. Nation. Text.*

Referências

ABREU, Alzira; LATTMAN-WELTMANN, Fernando. Uma instituição ausente nos estudos de transição: a mídia brasileira. In: ABREU, Alzira Alves de (Org.). *A democratização no Brasil: atores e contextos*. Rio de Janeiro: FGV, 2006, p. 67-101.

BHABHA, Homi. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BONNER, William. *Jornal Nacional: modo de fazer*. Rio de Janeiro: Ed. Globo, 2009. (Memória Globo).

BUCCI, Eugênio. O telespectador como protagonista (Prefácio). In: TRAVANCAS. I. *Juventude e televisão*. São Paulo: Ed. FGV, 2007. p. 9-20.

CHRYSTUS, Mirian. *À sombra de Heródoto: a linhagem narrativa das matérias edificantes do Jornal Nacional*. 1999. 151 f. Dissertação (Mestrado em Processos Comunicativos e Práticas Sociais) – Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1999.

CHRYSTUS, Mirian. *Claro enigma: a dicção nacionalista em pactos literários e jornalísticos*. 2007. 247 f. Tese (Doutorado em Literatura Comparada) – Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007.

FECHINE, Yvana. *Televisão e presença: uma abordagem da transmissão direta*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

GOMES, Itânia. *Modo de endereçamento no telejornalismo do horário nobre brasileiro: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão*. In: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM, 5. NP 07. Comunicação Audiovisual, 2005.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. *Dicionário de semiótica*. São Paulo: Contexto, 2008.

GUERRA, Josenildo Luiz. O “contrato fiduciário” entre o jornal e o público. Paradoxos da crítica à objetividade. *Revista Comunicação & Política*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, jan./abr. 1998.

KEHL, Maria Rita. Um só povo, uma só cabeça, uma só nação. In: NOVAES, Adauto (Org.). *Anos 70 sob a tempestade*. Rio de Janeiro: Aeroplano/Senac, 2005. p. 402-424.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2000.

MEDEIROS, Ana Lucia. *Sotaques na TV*. São Paulo: Anablumme, 2006.

MENDES, Conrado Moreira. *A expressão e o conteúdo da fala do Jornal Nacional*. 2009. 207 f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, 2009.

MENDES, Conrado Moreira. *O falar do Jornal Nacional: produção e recepção de um sotaque de natureza ideológica*. 2006. 106 f. Monografia (Conclusão do curso de Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

NOVAIS, Fernando. Contrastes da intimidade contemporânea. In: ALENCASTRO, Luiz Filipe (Org.). *História da vida privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002. v. 4. p. 560-658.

ORGANIZAÇÕES GLOBO. *Jornal Nacional: a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004 (Memória Globo).

PATERNOSTRO, Vera Iris. *O texto na TV: manual de telejornalismo*. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

PORTAL Imprensa. Disponível em: <http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2008/08/27/imprensa22050.shtml>. Acesso em: 18 out. 2008.

PORTO, Mauro P. Novos apresentadores ou novo jornalismo?: o *Jornal Nacional* antes e depois da saída de Cid Moreira. *Comunicação e Espaço Público*, v. 5, n. 1-2, p. 9-31, 2002.

REZENDE, Guilherme. *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial*. São Paulo: Summus, 2000.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de linguística geral*. Tradução de Antônio Chelini, José Paulo Paes, Izidoro Blikstein. 27. ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

SMITH, Anne-Marie. *Um acordo forçado: o consentimento da imprensa à censura no Brasil*. Rio de Janeiro: FGV, 2000.

SOMMER, Doris. *Ficções de fundação: os romances nacionais da América Latina*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.

TRAVANCAS, Isabel. *Juventude e televisão*. São Paulo: Ed. FGV, 2007.

Enviado em 16 de janeiro de 2012.

Aceito em 30 de abril de 2012.