



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Comunicação, Turismo e Artes
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

**Corporalidade dos Apresentadores Como Sujeito da
Notícia na Sociedade “Dos Meios” e “Em Vias De
Midiatização”:** Cobertura dos Movimentos Sociais “Direta
Já” e “Passe Livre” pelo Jornal Nacional

Amanda Falcão Evangelista

João Pessoa - PB
Março / 2015



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Comunicação, Turismo e Artes
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

**Corporalidade dos Apresentadores Como Sujeito da
Notícia na Sociedade “Dos Meios” e “Em Vias De
Midiatização”:** Cobertura dos Movimentos Sociais “Direta
Já” e “Passe Livre” pelo Jornal Nacional

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Jornalismo, área de concentração “Produção Jornalística”, linha de pesquisa “Práticas, Processos e Produtos Jornalísticos”.

Amanda Falcão Evangelista

Orientador: Prof^a Dra. Carmen Virgínia Montenegro Sá Barreto

João Pessoa - PB
Março / 2015

E92c Evangelista, Amanda Falcão.

Corporalidade dos apresentadores como sujeito da notícia na sociedade dos meios e em vias de midiatização: cobertura dos movimentos sociais, Diretas Já e Passe Livre pelo Jornal Nacional / Amanda Falcão Evangelista.- João Pessoa, 2015. 139f. : il.

Orientadora: Carmen Virgínia Montenegro Sá Barreto
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA

1. Jornalismo. 2. Produção jornalística. 3. Comunicação.
4. Corpo televisivo. 5. Midiatização. 6. Movimentos sociais.

UFPB/BC

CDU: 070(043)

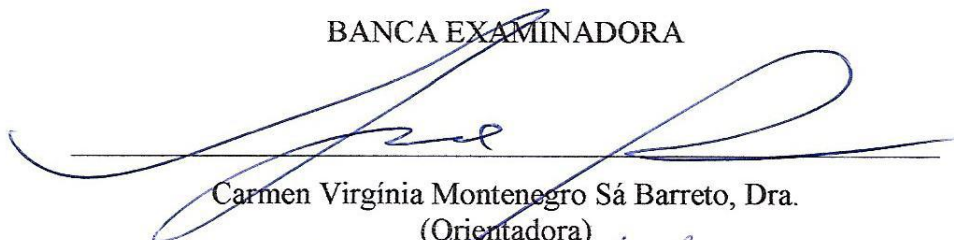
AMANDA FALCÃO EVANGELISTA

Corporalidade dos Apresentadores Como Sujeito da Notícia na Sociedade “Dos Meios” e “Em Vias De Mídiação”: Cobertura dos Movimentos Sociais “Direta Já” e “Passe Livre” pelo Jornal Nacional

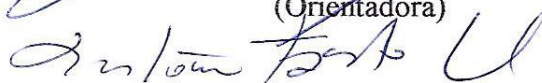
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Jornalismo Profissional, área de concentração “Produção Jornalística”, linha de pesquisa “Práticas, Processos e Produtos Jornalísticos”.

Orientadora: Prof^a Dra. Carmen Virgínia Montenegro Sá Barreto

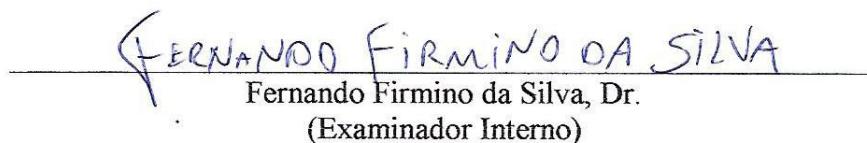
BANCA EXAMINADORA



Carmen Virgínia Montenegro Sá Barreto, Dra.
(Orientadora)



Antônio Fausto Neto, Dr.
(Examinador Externo)



Fernando Firmino da Silva, Dr.
(Examinador Interno)

Sandra Regina Moura
(Suplente)

Aos pesquisadores, que abrem caminhos e nos trazem luz.

AGRADECIMENTOS

A Deus, princípio de toda luz.

À minha orientadora, Virgínia Sá Barreto, pela generosidade em compartilhar os conhecimentos, pela paciência em apontar os melhores caminhos e por me fazer ver o lado belo e prazeroso de uma pesquisa.

Aos meus pais, Genyson e Marluce, por me apresentarem o mundo do conhecimento, do amor e do zelo, e por me fazerem acreditar no meu potencial, quando nem eu mesma o enxergo.

Ao meu irmão, Severino (Nininho), que como parte de mim, me inspira e me faz ir adiante.

Ao meu melhor parceiro, Emanuel Dantas, por me dar colo em momentos de cansaço, por me trazer sorriso em meio às atribulações, e por me dar abrigo em seus abraços.

Aos professores do PPJ, em especial a Fernando Firmino, Cláudio Paiva, Sandra Moura, Joana Belarmino, Thiago Soares, Hildeberto Barbosa, e à colaboradora do Programa, Emília Barreto, que entre aulas e conversas de corredores nos mostraram que o conhecimento nunca é finito e nos leva aonde desejarmos.

Aos colegas de turma, que de forma pioneira abrem caminhos para que outros profissionais do jornalismo encontrem o equilíbrio entre a academia e o mercado, em especial, a Roberta Matias e Zuila David, com quem dividi momentos preciosos de aprendizado.

Ao querido professor Antônio Fausto Neto, por me dar a honra de contar com suas contribuições nesta pesquisa.

À minha madrinha, tia Lalá, e a Mara, por se fazerem às vezes de uma mãe e por me darem carinho e atenção aliviando as tensões diárias.

Às minhas amigas dos tempos de colégio, Jéssica, Jemima, Raísa e Isis, por comemorarem comigo cada novo passo dessa caminhada, e em especial, a Tálita, que muito me inspiram os caminhos da academia.

“O corpo está ligado a um lugar por uma relação direta, de um contato que não é senão uma maneira entre outras de entrar em relação com o mundo”. (Pierre Bourdieu)

RESUMO

Análise da significação do corpo dos apresentadores do Jornal Nacional na cobertura dos movimentos sociais “Diretas Já” e “Passe Livre”. Concretamente, procura-se investigar esse processo de significação tomando esses movimentos sociais, respectivamente, como representativos da “sociedade dos meios” e da “sociedade em vias de midiaticização”, com base em Fausto Neto (2008). Trabalha-se com o conceito de corpo adotado por Rosário (2002) e Santaella (2004), enquanto corpo que transcende a matéria orgânica, constituindo-se nas relações corpo-mente como um fenômeno de cultura e de comunicação, dotado de recursos estratégicos de composição televisual, institucional e de elementos idiossincráticos, sentimento, experiência, competência, entre outros. Desta forma, verifica-se características próprias da *persona* em composição com os outros elementos citados, nos moldes de um “corpo telejornalístico” que é sujeito da enunciação e do enunciado. Parte-se do pressuposto de que a mediação dos corpos dos sujeitos apresentadores constroem sentidos nos telejornais e que esse processo de organização tecno-discursiva afeta e é afetado pela injunção de distintas questões, as quais enfatiza-se particularmente: perfil editorial; pacto sobre o papel do jornalismo; modalidade de notícia; competências tecnológicas e distintas concepções de jornalismo acerca das duas sociedades investigadas. Concebe-se notícia como representação social da realidade com Alsina (1996) e telejornalismo na perspectiva de produção de sentido. Adota-se a Metodologia de Análise de Telejornalismo proposta por Gomes (2007), trabalhando com a autora seus conceitos metodológicos de gênero televisivo e modo de endereçamento. Utiliza-se dos “operadores analíticos”, indicados pela autora, entendidos como “lugares de ver”: mediador, contexto comunicativo, organização temática e pacto sobre o papel do jornalismo. Na cobertura do movimento “Passe Livre” os corpos dos apresentadores do Jornal Nacional apesar de estarem inseridos na “sociedade em vias de midiaticização”, no qual os jornalistas perdem força de mediação, se utilizam de mecanismos para minimizar a presença dos atores sociais no seu funcionamento tecno-discursivo, como estratégia de preservação do papel de mediador único da notícia nos moldes da “sociedade dos meios”.

Palavras-chave: Comunicação. Corpo Televisivo. Midiaticização. Movimentos Sociais. Jornal Nacional.

ABSTRACT

Analysis on the role of *Jornal Nacional*'s news anchors in the coverage of the social movements 'Diretas Já' and 'Passe Livre'. The main goal of this thesis is to analyze the importance of two social movements as examples of the influence of mediatization on political systems, as previously addressed by Fauto Neto (2008). The concept of 'body' is used as the basis for our interpretations, according to Rosario (2002) and Santaella (2004). In this framework, body refers to something that transcends organic matter, and considers mind and body relations as communication and cultural phenomena. Such phenomena are influenced by a multitude of institutional and televisional resources, as well as idiosyncratic elements, such as experience, competence, and emotions. The confluence of these elements with characteristics of the *persona* is explored within a journalistic framework. The basic premise is that news announcements follow a technical and discursive organizational process, which affects is affected by several factors, such as the editorial profile, understanding on the role of journalism, news type, technological expertise, and conceptions regarding the societies that are investigated herein. The news are considered as a social representation of reality, according to Alsina (1996). The Methodology of Analysis of Telejournalism, proposed by Gomes (2007), is adopted in this work, along with its concepts on the television genera and how they are addressed. 'Analytic operators' are used, as indicated by the author, and these are considered as: mediator, communication context, and theme organization. In the coverage of the 'Passe Livre' movement, news anchors in 'Jornal Nacional' employ technical and discursive mechanisms to minimize the presence of social actors, as a strategy to preserve their roles as the main mediators of the news. These techniques as used despite the fact that these news announcers are inserted in an increasingly mediatized society, in which the journalists tend to lose their power in communicating news.

Keywords: Communication. Televisual Body. Mediatization. Social Moviment. Jornal Nacional.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Pesquisa IBOPE - Consumo simultâneo de mídias no Brasil.....	29
Figura 2: Twitteiros escolhem figurino de @realbonner	32
Figura 3: Entrevista da presidente Dilma ao JN vira meme nas redes.....	33
Figura 4: Ao dar nó em gravata, pouco antes de entrar no ar, Bonner anuncia a notícia de destaque do JN no <i>Facebook</i>	46
Figura 5: Metodologia de estudos de análise de telejornalismo.....	57
Figura 6: Roberto Marinho resolve quebrar contrato com a Time-Life após ser absolvido por denúncia de acordos ilegais	73
Figura 7: Site da Globo reconhece “Diretas Já” e “Debate Collor x Lula” como erro	77
Figura 8: A imagem do globo terrestre no cenário do JN remonta à ideia de onipresença do telejornal, em cobrir os principais fatos do Brasil e do mundo.	82
Figura 9: Em março de 1983, Chapelin noticia pela primeira vez a campanha das “Diretas Já” no JN.....	85
Figura 10: Dividindo o olhar entre a câmera e o script, Sérgio Chapelin noticia pela primeira vez no JN a proposta de eleições diretas.	87
Figura 11: Em 25 de janeiro de 1984 Hummel, anuncia o aniversário de São Paulo e ignora a maior manifestação pró-Diretas.....	90
Figura 12: O repórter Ernesto Paglia durante reportagem que atrelou o movimento das “Diretas Já” às comemorações do aniversário de São Paulo.....	91
Figura 13: No dia 10 de abril de 1984, discurso do apresentador Celso Freitas destaca a grandiosidade do protesto, que é reforçada através da exibição de imagens ao vivo do local. 93	
Figura 14: No dia 10 de abril, Cid Moreira noticia as manifestações em prol das “Diretas Já”	94
Figura 15: Em cima de balão e palanque, repórteres cobrem a manifestação longe dos militantes insatisfeitos com a TV Globo	96
Figura 16: Cid Moreira e Celso Freitas se despedem da edição do dia 10 de abril com ares de simpatia.....	96
Figura 17: Bonner e Patrícia encenam um diálogo de proximidade com o repórter César Galvão.....	98
Figura 18: Reportagens do JN constroem uma narrativa de medo e perigo através de recursos imagéticos.....	98

Figura 19: Imagens com manifestantes com rostos cobertos e policiais sendo agredidos construíram a narrativa de terror e vandalismo por parte dos integrantes do movimento.....	98
Figura 20: Discurso oral e imagético utilizados pelos mediadores do JN tentam reconstruir um cenário de guerra civil nos protestos do Movimento “Passe Livre”	98
Figura 21: Ciberativismo e críticas à Rede Globo nas redes sociais <i>Facebook</i> e <i>Twitter</i>	98
Figura 22: Migrações das críticas do ambiente virtual para o ambiente real.....	98
Figura 23: Repórteres preservam sua integridade durante coberturas	98
Figura 24: Fora da bancada do JN Patrícia Poeta ao entrar ao vivo durante o “Globo Notícias”	98
Figura 25: Visivelmente desconfortados em serem pegos de surpresa, Bonner e Patrícia apresentam o JN, no dia 17 de junho, à distância.....	98
Figura 26: Após ser pego de surpresa, Bonner volta à bancada do JN no dia 18 de junho de 2013	98
Figura 27: Ao se utilizar de um discurso de proximidade e de auto-retratação, Patrícia Poeta deixa pistas acerca da existência de novas regras e racionalidades da ambiência televisiva..	98
Figura 28: Bonner interage com os internautas ao mostrar os bastidores do JN	98
Figura 29: Os “deslizes” de Patrícia Poeta viram piadas nas redes sociais.....	98

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 CONVERGÊNCIA CULTURAL, TELEJORNALISMO E PRODUÇÃO DE SENTIDO	20
1.1 Telejornalismo em tempos de convergência	22
1.1.1 Redes e interações sociais: reconfiguração do telejornal na relação com os internautas.....	27
1.2 Teorias construtivistas do jornalismo e processos de produção de sentido	34
2 CORPORALIDADE EM TELEJORNALISMO NA “SOCIEDADE DOS MEIOS” E “EM VIAS DE MUDIATIZAÇÃO”	40
2.1 Ruptura da dicotomia corpo/mente: o corpo transcende e enuncia as notícias.....	51
3 TRILHAS E PROCESSOS DE PESQUISA	55
3.1 Metodologia de Análise de Telejornalismo	56
3.1.1 As raízes do método.....	58
3.1.2 Principais conceitos: gênero televisivo e endereçamento.....	60
3.1.3 Operadores analíticos: mediador, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática	63
4 CORPORALIDADES NO JORNAL NACIONAL: ANÁLISE DAS COBERTURAS DOS MOVIMENTOS SOCIAIS “DIRETA JÁ” E “PASSE LIVRE”.....	71
4.1 Jornal Nacional: história e pacto discursivo.....	72
4.2 Corporalidades no movimento das “Diretas Já”: apagamento e visibilidade.....	84
4.3 William Bonner e Patrícia Poeta: flutuações do discurso no “Movimento Passe Livre”97	
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	116
REFERÊNCIAS.....	122
ANEXOS.....	126

INTRODUÇÃO

O corpo humano obteve ao longo da história diversos significados sociológicos. Símbolo de estética, de cultura e de poder, o corpo consagrou-se como um dos principais canais de comunicação do homem com o mundo. Contudo, como lembra Rosário (2011), o corpo humano tem sido pouco explorado na área da comunicação.

Um levantamento feito através do banco de teses da CAPES¹ (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal em Nível Superior) mostra que 264 pesquisas que contenham as palavras-chave “comunicação” e “corpo” foram registradas até setembro de 2014. Esta mesma sondagem foi realizada por Rosário (2012) e trazida no artigo “Redes de significação no desenho das corporalidades”. O resultado indicou que até agosto de 2011, o banco de dados da CAPES apresentou 248 teses que continha estas mesmas palavras-chave, “sendo que cerca de 40% são específicas do campo [da comunicação]” (ROSÁRIO, 2012, p. 67). Estes números demonstram que em quase três anos apenas dezesseis novas pesquisas sobre o “corpo” foram registradas à nível de ensino superior, e nem todas se referem à área da comunicação em particular.

Este quadro seria, então, reflexo da pouca relevância que os pesquisadores da comunicação atribuem à temática do “corpo”? De fato, um exame superficial sobre o corpo no telejornal pode levar observadores pouco criteriosos a desconhecerem aspectos profundos que cerceiam as funções do corpo no contexto midiático.

A performance dos apresentadores de um telejornal se faz relevante na divulgação da notícia? O corpo, desta forma, se apresenta enquanto dispositivo de operações de sentido nos processos de enunciação? Qual a relação do corpo midiático com a busca pela credibilidade, compromisso e isenção no telejornalismo? Ao atravessar o *ciberespaço* e sofrer influência dos internautas o corpo televisivo pode ganhar novos contornos? De que forma o fenômeno da mediatização influi em novas perspectivas sobre a representação deste corpo? Pensar em respostas para essas perguntas significa reconhecer a relevância das pesquisas sobre o corpo na conjuntura midiática, e é por isto que buscaremos neste trabalho responder a estes questionamentos.

Para Rosário (2009), o corpo nos ajuda a refletir sobre os diversos processos de trocas simbólicas. Isto significa dizer que estas trocas estabelecidas pelo corpo se constituem enquanto um texto capaz de gerar expressão, mediação e tradução. (ibidem) Noutras palavras,

¹VER: <http://bancodeteses.capes.gov.br/>

o corpo midiático se constitui enquanto elemento primordial e indispensável no processo comunicativo. É este corpo, com base em sua *performance*, que trará sentido ao texto verbal, não apenas enquanto interpretação, mas também enquanto simulacro. (ROSÁRIO, 2006)

Para tanto, os apresentadores, repórteres e comentaristas aqui reconhecidos como atores do acontecimento (FAUSTO NETO, 2012), se apropriam de vestimentas, gestos, posturas, entonações de voz e outros recursos cênicos que nos permitem neste trabalho compará-los, de certa forma, a atores de ficção e os telejornais a espetáculos (SÁ BARRETO, 2013).

Nesta perspectiva, no espetáculo midiático, a enunciação torna-se tão ou mais importante que o próprio enunciado. Não basta apenas “dizer”, tem que saber “como dizer”, usando estratégias performáticas que contribuam para a construção do discurso que os produtores pretendem para o telejornal em questão. Nesse contexto, o corpo midiático desses jornalistas é o grande responsável por agregar sentido a esse discurso comunicativo, gerando significação, e, conseqüentemente, possibilidade de captura dos telespectadores.

Mais do que simplesmente servir de porta-voz de um telejornal, os corpos dos apresentadores são repositórios de significações, de trocas simbólicas e se constituem como meios tecno-discursivos (ROSÁRIO, 2012). Assim, pode-se dizer que o corpo é linguagem noticiosa nos telejornais.

Logo, o corpo gera significação, e com isto afeta não apenas os modos de enunciação, mas os enunciados como um todo. Daí a relevância de se estudar o corpo nos processos de cobertura jornalística, pois se trata de um componente fundamental para o entendimento dos enunciados e das modalidades de enunciação.

Contudo, há que se ressaltar que o corpo é afetado pelas injunções dos perfis editoriais, formatos, modalidades de notícia e outros elementos produtores de sentido nos telejornais. Percebe-se, portanto, uma indissociabilidade dos processos de significação nos telejornais, inclusive, com aqueles advindos de sua dimensão audiovisual. Nesse contexto, os atores do acontecimento telejornalístico exercem performances com características dessa dimensão e, nesse processo, “cedem” sua *persona* aos sentidos produzidos. Isto implica dizer que este corpo que atua transcende, indo além seus aspectos físicos e materiais, portanto, deixa pistas, índices, para a leitura do corpo original de cada mediador (ROSÁRIO, 2009). Desta forma, o corpo midiático será concebido neste trabalho em sua amplitude, ou seja: matéria / espírito, orgânico / inorgânico (SANTAELLA, 2004). Esta concepção ampla nos fará enxergar o corpo midiático não apenas enquanto mediador, mas como *persona*, com sua

individualidade própria. O corpo telejornalístico como cultura, um modo de significar específico de um telejornal, entretanto, um modo de ser único.

Sobre a atorização do acontecimento, é importante lembrar que comparar os jornalistas a atores não significa desinteresse nos processos de produção jornalística em si (FAUSTO NETO, 2012, p. 265). Ao contrário, este interesse aponta para um aprofundamento e complexificação deste trabalho, na medida tais operações afetam as lógicas da produção discursiva (ibidem).

Nesta pesquisa, a atorização do acontecimento, ou seja, o processo de interpretação dos fatos, é concebida enquanto uma das atividades que compõem o processo de construção da notícia. Portanto, adotamos as teorias construtivistas do jornalismo a fim de fundamentar a ideia de que a notícia se constitui enquanto representação social da vida (ALSINA, 1996).

Contudo, investigar as potencialidades comunicacionais do corpo no telejornal torna-se ainda mais relevante quando as observamos sob duas perspectivas: a da “sociedade dos meios” e da “sociedade em vias de midiatização” (FAUSTO NETO, 2008). Na primeira, opera-se um corpo limitado pelas lógicas do *script*, valendo-se de uma *performance* pré-construída por um ritual de enunciação que não prevê a participação da instância receptiva. Este caráter não-colaborativo da “sociedade dos meios” assegura o poder de mediação dos telejornalistas, que assumem a centralidade do processo comunicativo. Já na segunda fase, marcada pelo fenômeno em curso da midiatização, o corpo televisivo ganha mais expressividade, se liberta parcialmente das amarras do *script*, desenvolve estratégias enunciativas que incluem, inclusive, a capacidade do improvisado. É sob as condições midiáticas que o corpo atoriza o acontecimento e abre espaço para que os receptores tornem-se co-produtores da recepção, fragilizando com essa participação o poder de mediação dos telejornalistas.

Analisar o corpo dos mediadores sob estas duas perspectivas significa traçar parâmetros comparativos que vislumbrem mutações que incorram sobre as lógicas e os protocolos de contato modificados com o passar dos anos. E para esta missão, nos apoiaremos nos estudos de Fausto Neto (2008) sobre “analítica da midiatização”, que aponta pistas para a evolução dos processos midiáticos.

Lembramos, contudo, que as particularidades da enunciação e dos enunciados também estão submetidos a questões de ordem interna dos telejornais, como por exemplo, as linhas editoriais, os interesses mercadológicos, dentre outros fatores que podem gerar conflitos de ordem político-ideológica. Nos dois recortes aqui estudados estes fatores produzem efeitos

discursivos nas coberturas promovidas pelo Jornal Nacional. No caso das “Diretas Já” este cenário tornou-se mais evidente devido às relações que a TV Globo mantinha com o governo ditatorial brasileiro, como veremos ao longo desta pesquisa.

Por reconhecer a importância do corpo na produção de sentidos no telejornal, bem como nas ressignificações do trabalho jornalístico na “sociedade dos meios” e na “sociedade em vias de midiatização”, optamos por analisar dois movimentos sociais que consideramos representativos dessas sociedades, separados por trinta anos: o “Movimento das “Diretas Já” (1983/1984) e as manifestações populares de 2013, que ficaram inicialmente rotuladas de “Movimento Passe Livre”. Escolhemos tais momentos históricos, em função do forte valor de noticiabilidade e porque dialogam entre si, enquanto suas naturezas reivindicativas. Em ambas as situações o Jornal Nacional foi fortemente criticado por prestar a sociedade uma cobertura pouco compromissada e “enviesada”.

Entretanto, antes de tudo, elegemos analisar as corporalidades dos mediadores do Jornal Nacional em coberturas de movimentos sociais por considerar que se trata de uma modalidade de notícia, especialmente delicada para os mediadores, com interferências significativas da mídia noticiosa. Portanto, trata-se de coberturas passíveis de uma maior possibilidade de “constrangimentos institucionais”. Nesses casos, partimos do pressuposto de que o corpo-mente dos mediadores recebem fortes insumos das injunções do que chamamos aqui de “corpo institucional”, ou seja, do corpo, que em certa medida, potencializa o perfil do telejornal em questão.

Além de que, em contrapartida ao “sistema de resposta social” posto em ação pelas sociedades e seus meios (BRAGA, 2006), uma parcela dos internautas/telespectadores pressionou a emissora a mudar sua postura em ambas as coberturas. Assim, consideramos que os corpos dos mediadores se configuraram enquanto significativos reservatórios de estratégias discursivas de mudança de discurso a estes sistemas, em nome da Rede Globo.

Ainda sobre esses dois recortes, frisamos, contudo, que apesar de possuírem características semelhantes, os dois movimentos apresentam divergências quando analisados sob a perspectiva midiática: no primeiro, o das “Diretas Já”, a pressão popular foi feita através dos gritos de protestos nas ruas, publicações de textos em jornais impressos e troca de ideias durante diálogos sociais. Já no segundo, o do “Passe Livre”, as manifestações foram organizadas no espaço virtual, para só depois migrarem para o ambiente físico: as ruas, ocupando cartazes e gritos de protesto. Foi também nestas condições que as reivindicações dos internautas sobre a cobertura da Rede Globo (que inicialmente construiu um discurso de

vandalismo e de medo sobre o ato dos manifestantes) ganharam força, tomaram as ruas e vislumbraram uma mudança de discurso por parte da emissora. Torna-se notável neste momento a força do *ciberativismo*, que se ocupa do ambiente virtual a fim de instalar ali seus mecanismos de interação e organização. Neste sentido, compactuamos com Primo (2013), para quem é inegável o poder dos movimentos espontâneos em rede, que há tempos atrás, na sociedade marcada pela mídia de massa, os efeitos não eram possíveis.

Traçar um quadro comparativo sobre a corporalidade dos apresentadores do Jornal Nacional na “sociedade dos meios” e na “sociedade em vias de midiatização” nos faz perceber mudanças que vão além do enunciado em si, mas que apontam para mutações na estrutura tecno-discursiva do telejornal. Além de uma nova topografia, os telejornais na sociedade em vias de midiatização são afetados por um terceiro corpo: o dos coletivos, que agora passam a colaborar ativamente com o processo de produção, como veremos nesta pesquisa. Ademais, como já observado anteriormente, a *performance* dos telejornalistas se apresentavam de formas distintas: na “sociedade dos meios”, o corpo mais contido e pouco atorizado não abria perspectivas para diálogos com os receptores, e com isto, mantinha o poder de mediação; já na “sociedade em vias de midiatização” este corpo se sente mais livre para ilustrar os enunciados através de sua atuação performática, abre espaço para que o espectador se instale na instância produtiva e, com isto, vê seu papel mediador fragilizado.

Os mediadores que integram a nossa observação acerca das diferentes dinâmicas de produção de sentido que perpassam estes dois momentos - antes e depois do fenômeno da midiatização -, serão: Cid Moreira, Sérgio Chapelin e Marcos Hummel na apresentação do JN durante os anos 80, e os corpos de William Bonner e Patrícia Poeta à frente da bancada deste noticiário no ano de 2013. Em ambas as situações, os modos de enunciação e o discurso dos apresentadores foram influenciados pelo ativismo dos atores sociais, que no primeiro momento atuaram fora do ambiente midiatizado, através de canais mais tradicionais (jornais impressos, manifestações de rua, telefonemas e cartas) e no segundo se valeram também das redes sociais virtuais, que efetivaram este contato. Contudo, cada um desses corpos foram marcados pelas peculiaridades de sua *persona* e pelo contexto tecno-discursivo a que estavam submersos.

Com efeito, partindo do pressuposto de que a mediação dos corpos dos sujeitos apresentadores constroem sentidos nos telejornais e que esse processo de organização tecno-discursiva afeta e é afetado pela injunção de distintas questões, as quais aqui enfatizamos, particularmente: perfil editorial; pacto sobre o papel do jornalismo; modalidade de notícia

cobertura de movimentos sociais; competências tecnológicas e distintas concepções de jornalismo na “ sociedade dos meios” e na “sociedade em vias de mídiatização”, propomos a seguinte questão central de investigação: como os corpos dos apresentadores do Jornal Nacional significam as coberturas de movimentos sociais “Diretas Já” e “ Passe Livre” ?

Constitui-se, enquanto objetivo geral da pesquisa entender os processos de significação dos corpos dos apresentadores do Jornal Nacional na sociedade “dos meios” e “em vias de mídiatização”, e como objetivos específicos: investigar como os corpos televisivos dos apresentadores do Jornal Nacional afetam e são afetados pelo discurso deste telejornal mediante as injunções das críticas dos telespectadores; verificar o papel dos movimentos sociais e dos interagentes nas redes sociais nas coberturas jornalísticas; identificar as diferenças nos processos de mediação dos apresentadores na cobertura dos movimentos “Direta Já” e “Passe Livre”; examinar as flutuações da cobertura dos movimentos sociais ao longo do corpus eleito.

O presente relatório de pesquisa está segmentado em três capítulos. O primeiro deles aborda conceitos centrais desta pesquisa, tais como: “sociedade dos meios” e “sociedade em vias de mídiatização” (FAUSTO NETO, 2008); convergência entre TV e internet (FIRMINO, 2010; CANITO, 2010; JENKINS, 2009), corpo e discurso telejornalístico (ROSÁRIO, 2006; SANTAELLA, 2004; FAUSTO NETO, 2012) e concepção de notícia (ALSINA, 1996).

Em seguida, no segundo capítulo, apresentamos a metodologia a ser usada para nortear esta pesquisa. Os procedimentos metodológicos adotados por nós são oriundos do Grupo de Pesquisa de Análise em Telejornalismo (GPAT / UFBA), coordenado por Itânia Maria Mota Gomes. Esta metodologia de análise do telejornalismo parte da premissa de que o jornalismo é uma instituição social e uma forma cultural, e tem origem na perspectiva teórico-metodológica dos *cultural studies* em associação aos estudos de linguagem. Considerando as necessidades relativas da pesquisa, trabalhamos com os conceitos de gênero televisivo e modo de endereçamento. Este último nos oferece quatro operadores analíticos, considerados como lugares para onde o analista deve olhar (GOMES, 2007, p. 24). São eles: mediador, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática.

Analisar o mediador significa observar minuciosamente o profissional que faz as vezes de “vitrine”, de “porta-vozes” do noticiário, pois são as pessoas autorizadas a falar em nome da instituição jornalística. A postura e o discurso dos mediadores devem dialogar com o perfil editorial do telejornal ao qual representam. O Jornal Nacional, por exemplo, visa manter um perfil mais tradicional mesmo em face da mídiatização e do diálogo com os atores sociais e,

por isto, os mediadores mantêm uma postura mais autoritária, como se lembrassem a todo o instante quem é o “dono da notícia”.

Neste capítulo, definimos nossa hipótese central de trabalho: Em que pese o poder de mediação dos jornalistas vir gradativamente perdendo força com a conversão dos atores sociais em “jornalistas-colaboradores” na “sociedade em vias de midiática”, o Jornal Nacional se utiliza de mecanismos para minimizar a presença destes atores sociais em seu funcionamento tecno-discursivo, pela via da adoção de estratégias discursivas para preservar o seu lugar de mediador nos moldes da “sociedade dos meios”, como forma de continuar a exercer a autoridade como principal telejornal do mercado midiático televisual brasileiro.

O contexto comunicativo nos auxiliará no reconhecimento da perspectiva histórica e cultural em que os contextos aqui analisados se inserem. Identificar as peculiaridades do cenário em que estão alocados os movimentos das “Diretas Já” e do “Passe Livre” nos fará enxergar melhor a relação do Jornal Nacional no tratamento dado às duas coberturas.

No pacto sobre o papel do jornalismo, buscaremos pistas para entender o tipo de relação que o JN pretende manter com o seu público através de suas premissas, ideologias, interesses mercadológicos, etc. É este operador analítico que nos trará luz sobre a análise da relação da TV Globo com a ditadura e demais instituições políticas, sobre o jornalismo que é por ela promovido e sobre os próprios telespectadores. Assim, nos apoiaremos em documentos divulgados pelo Memória Globo (projeto que resgata a história da emissora) e no estudo de outros autores que irão nos mostrar uma segunda perspectiva de entendimento.

Já a organização temática explicitará a relevância com que o Jornal Nacional tratou os momentos aqui investigados em detrimento de outros. É este operador que irá nos dizer o grau de importância que o JN conferiu ao movimento das “Diretas Já” e do “Passe Livre”.

No terceiro capítulo trazemos resultados das análises da problemática da investigação. Primeiramente, fizemos um resgate histórico do funcionamento do JN e do pacto discursivo que este noticiário construiu ao longo de quase 46 anos. Depois, seguimos com as análises dos dois casos em questão.

Por fim, nas considerações finais, intentamos realizar uma síntese dos principais resultados alcançados.

CAPÍTULO 1

CONVERGÊNCIA CULTURAL, TELEJORNALISMO E PRODUÇÃO DE SENTIDO

1 CONVERGÊNCIA CULTURAL, TELEJORNALISMO E PRODUÇÃO DE SENTIDO

“Imaginar a internet em oposição à televisão é bobagem; ao contrário, ela é apenas mais uma forma de enviar e receber a televisão”.

- Toby Miller -

O surgimento da internet fez com que não somente a televisão, mas todas as mídias se reinventassem. Seus formatos, suas linguagens e suas rotinas produtivas foram progressivamente sendo alteradas, e ainda hoje grande parte dessas mídias ainda se redescobre cotidianamente.

Seria pouco responsável falar do trabalho das mídias nos dias atuais sem falar de temas como: produção colaborativa, democratização de conteúdo e interatividade, dos quais abordaremos ao longo deste capítulo. Todos estes aparatos permitem a compreensão de um fenômeno ainda maior: a convergência. Ao fazer as mídias dialogarem de forma próxima, a convergência midiática possibilita o intercâmbio de conteúdo e de profissionais. Por isto, é tão comum vermos uma notícia sendo veiculada na TV e na internet de forma simultânea. Assim também, de forma habitual, presenciamos um único profissional do jornalismo escrevendo para diversas plataformas: rádio, TV, impresso, internet.

Para Donaton (2007), o fenômeno da convergência influi em mudanças de paradigmas no processo comunicativo:

A chave para entender a mudança é a transferência de poder: de quem faz e distribui os produtos de entretenimento para quem os consome. Em outras palavras, o poder está migrando dos estúdios de cinema, das redes de televisão, das gravadoras e das agências de propaganda para o sujeito no sofá com o controle remoto, ou para a mulher que compra uma entrada de cinema no *multiplex* de seu bairro, ou para o adolescente que baixa música na internet. O consumidor ganhou poder e liberdade (DONATON, 2007 p. 25).

Relativizando a assertiva do autor, dizemos que há um processo de descentralização e redistribuição de poderes entre os produtores e receptores. No âmbito televisivo, em especial, os produtores percebem essas mudanças e se utilizam de recursos estratégicos para convidar o espectador a sair “do conforto de suas poltronas” e colaborar com o envio de mensagens, vídeos, fotos, arquivos de áudio, entre outros. Contudo, há que se ressaltar que as escolhas e

os aproveitamentos desses materiais são condicionados aos interesses telejornalísticos dos produtores.

Cannito (2010, p. 144) lembra que ao se tornar co-produtor da informação, “o espectador tem a impressão de que também está no comando do “jogo”, algo que a televisão se empenhava em fazer e que só se efetivou no ambiente digital”. Contudo, ainda que não assuma o “comando do jogo”, como lembra o autor, as vozes dos atores sociais possuem forte influência sobre o processo comunicativo. Prova disto, é que em algumas situações as mídias resolvem mudar seu discurso e entrar em consonância com o desejo dos receptores, a fim de mantê-los no processo comunicativo. Foi isto o que aconteceu com a cobertura do Jornal Nacional em dois momentos a serem aqui analisados: Diretas Já e o Movimento Passe Livre. Após fortes críticas por parte dos telespectadores, o JN deixou claras pistas de mudança de discurso, como veremos no capítulo 3 deste trabalho.

Wolton (2009) lembra que apesar da mídia ser o pulso da democracia, “(...) o público está cada vez mais crítico. Depois do descrédito em relação aos políticos, pode ser desenvolvido o mesmo sentimento em relação aos jornalistas”. Este sentimento de desconfiança perante o jornalismo já é uma realidade no Brasil há anos. O próprio movimento “o povo não é bobo, abaixo a rede globo” surgiu em 1982, quando a emissora tentou burlar a eleição de Leonel Brizola (AMORIM, 2004), e o slogan da campanha segue até os dias atuais.

A perda de credibilidade da mídia brasileira, em sua totalidade, faz com que os leitores/telespectadores busquem fontes alternativas de informação (como a internet e os grupos de jornalismo independente, como a mídia Ninja) e refinem seu senso crítico sobre as informações que recebem diariamente das empresas de comunicação. Contudo, buscar fontes alternativas de informação não é a única solução para enfrentar e questionar as coberturas das mídias. É preciso estar inserido no “sistema de resposta social” da qual fala Braga (2006). Para o autor, a interação entre as organizações midiáticas e a sociedade podem gerar debates frutíferos e mais profundos sobre o funcionamento da mídia. Este mecanismo de colaboração “corresponde a atividades de resposta produtiva e direcionadora, da sociedade em interação com os produtos mediáticos”. (BRAGA, 2006, p. 02).

Na televisão, na medida em que os atores sociais lançam perspectivas de mudanças nos conteúdos e nas rotinas de produção jornalística, a interação reconfigura não apenas os discursos dos telejornais, como também os corpos dos mediadores que, nesse contexto, atuam enquanto elementos engendradores de operação de sentido. De forma mais clara, queremos dizer que a *performance* dos apresentadores também é afetada pela interação com os

telespectadores, pois na medida em que esta atuação corporal torna-se parte do discurso do telejornal, ela deve adaptar-se às estratégias firmadas por este noticiário.

Baudrillard (1991) lembra que para que o real seja assim concebido, tem que estar envolto na fábula, no imaginário. E é por isto que os telejornais são entendidos aqui neste trabalho enquanto espetáculos, shows cotidianos, que buscam retratar o real com discursos e atuações construídas. Desta forma, os jornalistas expostos nos telejornais são artistas, submetidos a trabalhos corporais, adereços (roupas, maquiagem, acessórios), *scripts* e até mesmo ao empecilho do imprevisto durante exposições ao vivo.

É importante ressaltar, contudo, que ainda que diante das interferências dos atores sociais, “esse corpo (telejornalístico) se reconfigura, assume variações de papéis, alcança outros suportes, é atravessado pela técnica, mas deixa rastros, traços, restos do corpo original”. (ROSÁRIO, 2009, p. 03) Isto porque mais do que um jornalista que atua, o corpo dos mediadores é também constituído por traços da *persona*, afetado pela cultura, sentimentos e vivências de mundo.

1.1 Telejornalismo em tempos de convergência

No livro “Modernidade Líquida” (2001), o sociólogo polonês Zigmund Bauman trouxe à tona o debate acerca das condições voláteis em que está inserida a sociedade contemporânea. A obra se tornou uma referência nos estudos que buscam entender o processo de constante mutação a que a sociedade moderna está submetida. O autor se apropria da metáfora da liquidez para reportar-se à “amorfose”, maleabilidade, incapacidade de manter as formas e contornos que perfilam a sociedade atual.

Santaella (2007) compactua com Bauman neste sentido, e projeta esta liquidez da sociedade moderna no âmbito da mobilidade tecnológica. Para a autora, as diversas práticas sociais são resignificadas com essa mobilidade. Neste processo encontra-se o jornalismo.

Em verdade, as tecnologias sempre afetaram a estrutura e a singularidade dos processos produtivos do jornalismo. Aqui, chamamos atenção, especialmente, para o advento da internet, que teve início nos anos 90 e resultou em resignificações dessa prática social. Tais afetações não se restringem apenas às práticas jornalísticas, mas inferem também em mudanças relativas ao perfil do profissional e à relação das empresas jornalísticas com seu público (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011). Neste caso, podemos afirmar que as mudanças

pertinentes a estes três campos não podem ser vistas de forma isolada, uma vez que se afetam mutuamente.

Firmino (2010) conceitua esse momento de ressignificação das práticas jornalísticas de “cultura da mobilidade”. Para o autor, as conexões do tipo 3G, *wireless*, *wi-max*, *bluetooth*, relacionadas aos dispositivos móveis - como *smartphones*, *tablets*, câmeras digitais, etc. - resultam em três tipologias das práticas jornalísticas na cultura da mobilidade: “jornalismo móvel, jornalismo locativo e jornalismo em redes sociais móveis”. (FIRMINO, 2010, p. 150). Essas tipologias convergem num mesmo ponto: novas interfaces relacionadas ao trabalho jornalístico, onde o profissional da comunicação deve ser cada vez mais ágil na apuração, ter intimidade com diversas mídias (impresso, rádio, TV, internet), ter controle sobre as tecnologias vigentes e outras aptidões relacionadas ao mundo convergente.

Uma pesquisa realizada pela USP em parceria com a FAPESP² no ano de 2014, ao investigar as mudanças no jornalismo e no perfil do jornalista, apontou que atualmente este profissional possui visão mercadológica do jornalismo, trabalha num ambiente cada vez mais comprimido (redações integradas), se apresenta como multiplataforma (produz para diversas mídias) e multitarefa (produz, redige, fotografa, edita, etc.), além de estar cada vez mais pressionado pelo tempo - fato que dificulta o exercício da reflexão, pesquisa e apuração das informações.

A internet proporciona ao exercício jornalístico a divulgação em tempo real. Não é mais necessário esperar que o telejornal vá ao ar, ou que os jornais impressos circulem nas ruas e bancas para que a informação se torne publicamente disponível. As notícias circulam com instantaneidade nas redes, e ficam armazenadas ali para serem acessadas a qualquer momento. Assim, a máxima de que os conteúdos da TV e do rádio quando divulgados, não voltam atrás, já não faz mais sentido.

Apesar de tornar mais dinâmica a publicação da notícia, o jornalismo regido pelo “fetiche da velocidade” (MORETZSOHN, 2002) se apresenta constantemente com falhas de apuração e superficialidade na reflexão dos fatos.

Borges (2009) também acredita que essa afetação das práticas jornalísticas, marcada pela sobrecarga de funções referentes a esta atividade, se desdobra em prejuízos para o jornalismo. O imediatismo, a busca pelo furo jornalístico, a sobrecarga do repórter - que deve estar habilitado a escrever para diversas plataformas comunicacionais - resulta na má apuração da notícia. Essa falha na investigação também se dá pelo fato de muitos jornalistas

²Ver: <http://agencia.fapesp.br/18409>

não irem mais às ruas em busca de fontes confiáveis de informação. No conforto das redações, eles apuram por telefone e internet os fatos ocorridos, sem nem ao menos, em muitos casos, identificar a veracidade das fontes.

Porém, a aliança entre a internet e o jornalismo também resultou em mudanças positivas. Com a ajuda de dispositivos móveis que possuam câmera acoplada e acesso à internet, os jornalistas fazem coberturas de forma instantânea. Filmam, fotografam, produzem o texto, editam e o enviam à redação em poucos minutos. Na era da mobilidade, nenhum fato passa a ser noticiado na manhã do dia seguinte – a não ser que as condições do momento assim determinem. As redações se estendem ao espaço público e o *deadline*³ é sempre “o agora”.

Discutir as mudanças estruturais no jornalismo na era digital requer a apropriação de um termo muito presente nas atividades jornalísticas contemporâneas e que serve de porta de entrada para o entendimento da discussão acerca dessa ressignificação: a convergência.

Para Jenkins (2009), o fenômeno da convergência não aponta apenas para a esfera da tecnologia, mas também para a cultura e a sociedade como um todo. Deste modo, o autor propõe chamar este processo de ressignificação das práticas como “cultura da convergência”.

A convergência não depende de qualquer mecanismo de distribuição específico. A convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo midiático específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em relação a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos midiáticos e em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e da cultura participativa, de baixo para cima (JENKINS, 2008, p.310).

Assim, o autor refere-se à convergência não apenas enquanto ressignificação do fazer jornalístico, mas também, e principalmente, enquanto fenômeno revelador de novas perspectivas da ambiência social, que resultam em profundas modificações das práticas comunicativas.

Ainda conforme Jenkins (2009), a cultura da convergência, quando inserida na perspectiva do fazer jornalístico, pode estender tais mudanças ao campo da recepção. De tal forma, os receptores da notícia passam também a ocupar a função de produtores, alterando

³ Traduzido para o português significa “linha da morte”. No meio da comunicação este termo designa o prazo final para a entrega de determinada tarefa.

assim os fluxos de circulação da informação, na medida em que passam a participar ativamente deste processo.

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos. (JENKINS, 2009, p. 47)

Desta forma, esta fluidez que perpassa as funções de emissores e receptores nos faz repensar o papel da agenda midiática, uma vez que há uma maior flexibilidade por parte dos telejornais em abarcar as contribuições advindas de seus telespectadores, que acabam por trazer ressignificações nos valores-notícias⁴ tradicionais. Em outras palavras, certos temas que antes não teriam valor de noticiabilidade, na visão das empresas, passam a ser noticiados conforme o desejo dos telespectadores, que na cultura da convergência passam a serem ouvidos.

Correia (2010) afirma que “vivemos dois fenômenos complementares: a convergência e a descentralização da produção”. Isto quer dizer que, na sociedade em rede persiste um espírito coletivo e colaborativo marcado pelo compartilhamento (SANTI, 2001), e que unifica a TV, o rádio, o jornal impresso e outros meios de comunicação, numa só plataforma: a internet. Por sua vez, a aproximação destes canais midiáticos não implica apenas na relação de troca de conteúdos, através do fluxo de imagens, sons, ideias e histórias, mas também de relacionamentos (JENKINS, 2009).

Santaella (2007) e Fidler (1998) se apropriam do termo “midiamorfose” para designar as condições voláteis em que as comunidades midiáticas estão submersas. Esta perspectiva de “mutação” indica que ao mesmo tempo em que este novo processo infere em “transformações na paisagem humana como um todo” (SANTAELLA, 2007, p. 204), ele reafirma as influências dos antigos percussores sobre os atuais.

A midiamorfose não é tanto uma teoria, mas um modo de pensar a respeito da evolução tecnológica dos meios de comunicação como um todo. Ao invés de estudar cada modalidade separadamente, leva-nos a ver todas elas como integrantes de um

⁴Gomes (2007, p. 7) chama atenção para a distinção entre valor-notícia e valor-notícia de referência. O primeiro diz respeito à “expectativas de uma dada sociedade”, já o segundo refere-se aos valores “que orientam o fazer jornalístico de uma determinada organização jornalística.

sistema interdependente e a reparar nas semelhanças e relações existentes entre as formas do passado, do presente e as emergentes. Ao estudar o sistema de comunicação como um todo, veremos que os novos meios não surgem por geração espontânea, nem de modo independente. Aparecem gradualmente pela metamorfose dos meios antigos. E quando emergem novas formas de meios de comunicação, as antigas geralmente não deixam de existir, mas continuam evoluindo e se adaptando. (FIDLER, 1997 apud FINGER; SOUZA, 2012, p. 374)

Santaella (2010), na medida em que afirma que o surgimento de novas tecnologias de comunicação não elimina as anteriores, ressalta também que estas ressignificações das práticas jornalísticas implicam em alterações no poder de dominação da vida cotidiana. Essa mudança gerada no ambiente social é chamada pela autora de “ecologia midiática”.

Em processos que, de quase dois séculos para cá, têm se tornado cada vez mais intrincados, quando uma nova mídia é criada e socialmente introduzida, adotada, adaptada e absorvida, ela faz crescer em torno dela práticas e protocolos sociais, culturais, políticos, jurídicos e econômicos. Isso tem recebido o nome de ‘ecologia midiática’ que implica a total integração de uma mídia nas interações sociais cotidianas. Embora haja uma tendência a pensar as mídias apenas como meios de conexão e transmissão de mensagens de um ponto a outro, elas, na realidade, alteram de modo significativo os ambientes em que vivemos e a nós mesmos como pessoas (SANTAELLA, 2010, p.232).

Concordamos com Santaella ao reconhecer que as mídias tradicionais não estão propensas a desaparecer, mas sim, a reinventar-se diante da “ecologia midiática” e, desta forma, trazer mudanças às práticas sociais. A televisão, por exemplo, não perdeu sua popularidade com o advento da internet, porém, teve suas práticas produtivas alteradas de modo significativo, e seus telespectadores passaram a experimentar novas formas de assistir a esta mídia. Com o auxílio da internet e de um dispositivo móvel (*tablets, smartphones, notebook*, dentre outros), a programação televisiva pode ser assistida na rua, no trabalho, dentro dos ônibus, e numa gama infinita de ambientes. Com isto, alteram-se as rotinas produtivas, os fluxos de circulação das mensagens e as formas de recepção, na medida em que o jornalismo televisivo se estende para uma plataforma virtual, marcada pela ausência de limites de espaço e tempo.

Diante da ecologia midiática, os telejornais tiveram que repensar suas práticas e rotinas. Com o fortalecimento do fenômeno da convergência, não cabe mais pensar numa programação de um telejornal sem que a colaboração dos telespectadores não esteja dentro das perspectivas de circulação. Fotos, vídeos, arquivos de áudio e outros materiais enviados

pelos espectadores são divulgados na programação dos noticiários, que como parte do cumprimento do pacto que pretende manter com seu público dá os devidos créditos aos coprodutores da informação. Além disso, o próprio discurso do telejornal assume outras variações quando os mediadores passam a falar “diretamente” com os receptores, olhando em direção à câmera, interpelando-os, convidando-os à participação e reafirmando o desejo de produzir em parceria.

A busca por um contato de proximidade com a instância da recepção também fez com que os telenoticiários se estendessem para o *ciberespaço*, através de perfis nas redes sociais e da disponibilização do seu conteúdo 24 horas na internet. Assim, os telespectadores não precisam mais quebrar suas rotinas diárias no afã de perder a programação do telejornal. Com isto, ganham os telespectadores e ganha o telejornal, que vai expandir o seu poder de alcance através de uma circulação mais eficaz.

Buscando agradar esse novo perfil de telespectador (que transita entre a TV e a internet, e às vezes passeia pelas duas plataformas de modo simultâneo), os telejornais também tiveram que reajustar sua linguagem. Desta forma, o roteiro ficou mais dinâmico (assim como o fluxo da internet), as apresentações se tornaram mais leves, onde os mediadores conversam entre si, passeiam pelo estúdio e até sorriem diante de algum fato pitoresco. O telejornal contemporâneo vive a fase do “infotimento”. Neologismo que indica que o conteúdo está dividido entre a informação e o entretenimento. Exaltação de crimes como espetáculo, rumores sobre a vida pessoal de figuras públicas, divulgação de fatos sobre política e economia, o mundo das telenovelas como pauta do jornalismo, dentre outros assuntos, se mesclam e compõem um roteiro diversificado dos noticiários de tevê.

1.1.1 Redes e interações sociais: reconfiguração do telejornal na relação com os internautas

Falar em mudanças estruturais no jornalismo significa situá-lo como uma prática social, marcada por um processo de reinvenção permanente (RINGOOT; UTARD apud PEREIRA; ADGHIRNI, 2011). Desta forma, entendemos que as mudanças das práticas jornalísticas aqui apresentadas poderão, em um futuro próximo, vir a serem apontadas como obsoletas. Assim, não trataremos as mídias e suas tecnologias como “novas” ou “antigas”, como se adjetiva comumente, mas sim, utilizaremos noções que remetam aos processos de ressignificação pelo qual passam as atividades jornalísticas na atualidade.

Pereira e Adghirni (2011) apontam três eixos principais sobre as mudanças estruturais do jornalismo: 1) referentes ao perfil do jornalista, 2) à produção da notícia e 3) mudanças estruturais nas relações com o público. Estes autores lembram ainda que “para que uma mudança seja considerada estrutural é preciso, portanto, que ela seja suficientemente abrangente e profunda para alterar radicalmente o modo como determinada atividade é praticada e simbolicamente reconhecida/definida pelos atores” (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011, p. 42). Desta forma, as mudanças aqui apontadas possuem relevância nesse processo de ressignificação da atividade jornalística.

No panorama midiático, como já abordado anteriormente, a chegada da era digital fez com que os produtores da notícia se adequassem às exigências do cenário emergente: domínio de diversas plataformas e tecnologias, eficiência no ritmo de produção e escrita, habilidade para escrever para diferentes mídias, dentre outras funções. Contudo, não somente o exercício de produção da notícia foi afetado pelo aprimoramento das tecnologias. Por sua vez, as formas de relacionamento entre as instâncias da emissão e recepção também sofreram mutações.

Ao apontar três elementos da cultura da convergência (convergência midiática, cultura participativa e inteligência coletiva), Jenkins (2009) chama atenção para o entrelaçamento das mídias de massa, que em alguns momentos pode resultar em interação, participação e aproximação do público (agora não mais apenas consumidor) com os emissores.

Nesta perspectiva, Jenkins indica que o fluxo do conteúdo midiático deve ser analisado com base no comportamento migratório do público, que permeia diversos espaços à procura de novas experiências de entretenimento. Estas novas dinâmicas do fluxo de comunicação demandam dos consumidores uma postura cada vez mais participativa.

Desta forma, a interação que aproxima cada vez mais a instância da recepção com a emissão tornou-se uma característica central da cultura participativa, que por sua vez é marcada pela contribuição destes receptores, que não apenas consomem as informações, mas contribuem ativamente com o processo de construção da realidade social.

Signates (2012, p. 431) ao apontar 10 sinais de mudança do jornalismo na ambiência da internet, afirma que “o meio virtual é lugar de construção de pauta”, isto porque o *ciberespaço* viabiliza uma amplitude na apreensão da notícia ao fazer com que os atores sociais dialoguem com mais proximidade (mesmo que esta seja virtual). Assim, as informações produzidas pelos internautas servem de fonte para a produção da notícia jornalística.

Esses novos “feixes de relações” entre a mídia e seus receptores são chamados por Fausto Neto (2009) de “zonas de contato”, “nas quais produtores e receptores projetam lógicas de suas experiências no trabalho enunciativo desenvolvido nessa nova instância interacional” (FAUSTO NETO, 2011, p. 239-240). Desta forma, os jornalistas e receptores passam a ocupar um mesmo espaço: o da colaboração. Esta nova perspectiva de vínculo acarretou em um novo perfil de receptores.

No que diz respeito à televisão, o telespectador da atualidade não fica apenas sentado no sofá de casa assistindo a programas e telejornais e absorvendo as informações de forma passiva. O “*neo-espectador*” é um sujeito ativo e possui voz no processo comunicativo. Muda de canal quando contrariado, corrige as informações que são divulgadas erroneamente, nega quando não gosta do que presenciou nas telas da TV, sugere, opina, envia vídeos e relatos que irão compor a notícia, etc. Esse clima de “camaragem” é típico da hipertelevisão (FINGER, 2013), onde a TV “não é mais um espaço de formação, mas um espaço de *convívio*”. (CASSETTI; ODIN, 1990, p. 04). Além disso, ao mesmo tempo em que assistem à TV, os “neo-espectadores” consomem o conteúdo de outras plataformas.

Segundo uma pesquisa realizada em 2013 pelo IBOPE⁵, 32% dos brasileiros assistem TV enquanto navegam na internet⁶, dentre estes, 29% fazem comentários nas redes sociais enquanto assistem a programação televisiva, e mais de 70% afirmaram procurar informações na internet motivados pelo conteúdo televisivo. Os telejornais são um dos tópicos mais comentados pelos espectadores-internautas (38%), só perdendo o *ranking* para as telenovelas (40%)⁷.



Figura 1: Pesquisa IBOPE - Consumo simultâneo de mídias no Brasil⁷

⁵ O IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística) é uma multinacional brasileira que desenvolve pesquisas de opinião e estudos de mercado.

⁶<http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/Infograficos/Paginas/Um-novo-cenario-para-o-consumo-de-midia.aspx>. Acesso em: 20 de agosto de 2014

⁷Fonte: <http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/artigospapers/Paginas/Pesquisas-trazem-insights-sobre-o-fenomeno-do-Social-TV-.aspx> Acesso em: 20 de agosto de 2014

⁸ Fonte: Ibope

Na medida em que a convergência midiática faz os diversos meios dialogarem entre si - muitas vezes transpondo seu conteúdo do espaço original para outras plataformas - os novos receptores também permeiam estes diversos espaços buscando ampliar o acesso à informação. Jenkins (2009) alega que a circulação dos conteúdos midiáticos submete-se à participação dos interagentes, e é a relação entre ambos que permite que a cultura participativa se fortaleça.

Porém, segundo Cajazeira (2014, p. 12), esse jornalismo que se estende da TV para o *ciberespaço*, marcado pela distribuição multiplataforma⁹, busca não apenas o estreitamento de laços entre emissor e receptor, – onde jornalistas e espectadores assumem ambos os papéis – mas, sobretudo, o domínio mercadológico:

As emissoras de TV necessitam, por questões mercadológicas, ampliar os canais de comunicação com o público e o fazem pelo incentivo à participação e colaboração em novas interfaces em plataformas digitais. Nesses espaços, há o estímulo ao envio de críticas, sugestões e comentários sobre os seus programas noticiosos ou de entretenimento. O público, ao participar desse espaço e dividir com outros os conteúdos que visualiza na interface, reforça os laços sociais com outros públicos e com o próprio telejornal. (CAZAJEIRA, 2014, p. 12)

Para o autor, este novo sistema de funcionamento dos telejornais redireciona o telespectador para novos espaços de apropriação midiática, instituindo novas formas de relações interpessoais. Nesta perspectiva, este convite à colaboração, se caracteriza como um simulacro de livre participação, onde “as empresas de comunicação e informação preordenam as formas de interagir entre os seus usuários e ditam as normas e as possibilidades de interação.” (CAJAZEIRA, 2014, p. 10). Em outras palavras, ao mesmo tempo em que abrem espaço para a interação, as entidades jornalísticas impõem normas que deverão ser cumpridas pelos internautas, caso desejem interagir com os produtores da notícia.

Todavia, apesar deste contato estar submetido a certas imposições por parte das empresas de comunicação, não há como negar o relevante rendimento dos processos de interação entre os atores sociais na “sociedade em vias de midiatização” (FAUSTO NETO, 2008). Os *feedbacks* dos telespectadores, que antes chegavam através de cartas e telefonemas, hoje são enviados através de *e-mails*, *chats* e diálogos nas redes sociais com o auxílio de apenas alguns “clicks”, trazendo agilidade a essa “relação de troca”.

⁹ As distribuições multiplataformas consistem em “aspectos de como os conteúdos são distribuídos entre as plataformas, formatos empregados na estruturação das narrativas, formas de apresentação e os processos de *crossmedia* em termos de diálogo entre as plataformas visando à distribuição, além de observar a tipologia das aplicações ancoradas nos dispositivos móveis (*smartphones* e *tablets*)” (BARBOSA; FIRMINO; NOGUEIRA, 2013, p. 08)

No jornalismo em tempos de convergência, os consumidores da notícia ficam mais à vontade para exporem suas opiniões. Nem sempre tendo que revelar suas identidades ao serem convocados pelos telejornais, eles vêm no *ciberespaço* a oportunidade de ganhar voz no processo comunicacional. Opinam sobre o conteúdo das matérias, sobre aspectos técnicos do telejornal, sobre o figurino dos apresentadores e até mesmo fazem piadas ao se depararem com os erros que vão ao ar, ao desconhecerem – ou ignorarem - o lado real da televisão, que também está suscetível aos impasses do imprevisto.

Mais do que uma simples participação, o fenômeno da midiatização (processo de intensificação da comunicação na sociedade, como veremos mais adiante) proporcionou um tipo de colaboração ainda mais complexa, que dá visibilidade às lutas, denúncias, e reivindicações por parte dos interagentes. Este tipo de prática desencadeou o que se conhece hoje por *ciberativismo*.

O ciberativismo refere-se a práticas sociais associativas de utilização da internet por movimentos politicamente motivados, com o intuito de alcançar suas novas e tradicionais metas. Grupos como a Electronic Disturbance Theatre ou Critical Art Ensemble, por exemplo, fazem protestos pelas redes (ataques DoS, desconfigurações, etc) contra a globalização, contra os estrangeiros, etc. O principal objetivo, como de todo ciberativismo, é difundir informações e reivindicações sem mediação, e organizar ações independentes e livres. (LEMOS, 2003, p. 17)

Desta forma, podemos entender que diferente das interações promovidas pelas empresas, o *ciberativismo* é impulsionado pelo sentimento de cidadania. Para que os *ciberativistas* se pronunciem na rede não é necessário um convite prévio, mas sim, um interesse em reivindicar algo que lhes incomoda.

Ainda segundo Lemos (2003), a dimensão da rede proporciona que essas vozes autônomas se pronunciem sem precisar se submeter a certos tipos de filtros, partidos, editores, etc. Esta é mais uma característica que diferencia as interações promovidas e as interações influenciadas pela *cibercultura*.

Podemos afirmar que o Jornal Nacional se faz presente nesses dois tipos de interações. No que se refere às interações promovidas, o noticiário mantém perfis em redes sociais, como *twitter*¹⁰ e *facebook*¹¹. Com mais de um milhão e 200 mil seguidores, e mais de quatro milhões de curtidas - respectivamente - o JN se aproxima de seus espectadores, os convida à

¹⁰ VER: www.twitter.com

¹¹ VER: www.facebook.com

participação, reforça o conteúdo divulgado anteriormente na TV e busca novas fontes de informações.

É interessante lembrar que cada um desses canais de comunicação do Jornal Nacional possui uma linguagem diferente. No *twitter*, notamos que o apelo à audiência é frequente, onde *twittadas* do tipo “Boa noite! O #JN está no ar” estão presentes em grande parte das postagens. Já o perfil do jornal no *facebook* é composto majoritariamente por notícias que fizeram ou farão parte da edição do dia. Mesmo sem convites diretos ao público, no “*face*” os internautas participam deixando centenas de comentários em cada um dos *posts*.

Patrícia Poeta e William Bonner também estendem sua função mediadora do telejornal para o ciberespaço, ao servirem de “elo de ligação” entre os internautas e o JN nas redes sociais. Repercutem notícias divulgadas, convidam os interagentes a assistirem o noticiário na TV e até mesmo expõem certos aspectos de sua vida pessoal nesta plataforma. O carisma de Bonner faz com que mais de cinco milhões de *twitteiros* sigam o apresentador no *micro-blogging*. São estes seguidores que, numa relação de pseudo-intimidade com o @realwbonner¹², opinam sobre sua aparência ao indicar através de enquetes como “#InterativaDoTio¹³” qual gravata, paletó ou camisa, o “tio do *twitter*” deve apresentar o Jornal Nacional.

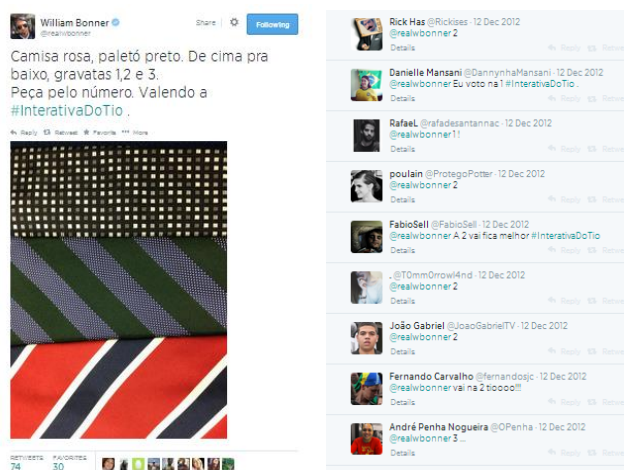


Figura 2: *Twitteiros* escolhem figurino de @realbonner¹³

¹² Conta de William Bonner no *Twitter*.

¹³ *Hashtag* utilizada pelo “tio do *Twitter*”, como ficou conhecido Bonner na rede social, para promover a enquete sobre qual o *look* que ele deve apresentar o jornal do dia.

¹⁴ Fonte: www.twitter.com

Inserido neste recorte, o corpo de William Bonner configurar-se enquanto ícone que dita tendências de moda, ao estender sua função de operador de sentido do telejornal para o *ciberespaço*. É como se esse corpo sentisse a necessidade de dialogar com outras instâncias de recepção para ser construído em um espaço que não é próprio do telejornal: a internet. Assim, ao aparecer no telejornal com a gravata escolhida pelos interagentes, o corpo dirá discursivamente: “Veja, estou usando o figurino escolhido por vocês”.

Neste sentido, repórteres e apresentadores deixam de ser vistos pelos internautas não apenas enquanto figura que enuncia, “portadora de notícia”, mas também enquanto corpo social, que se veste, que tem dúvidas, que pede e recebe ajuda, assim como os cidadãos comuns.

Ao abrir esta “zona de contato” com os interagentes, o Jornal Nacional também permite que os internautas interajam em outros contextos, que não só os estimulados por ele. Isto pode ser notado quando o telejornal vira alvo de piadas na internet, como, por exemplo, o caso em que Patrícia Poeta foi flagrada ao vivo fazendo exercícios vocais durante o JN e como a grande repercussão que gerou a entrevista da presidente Dilma Rousseff ao noticiário, na prévia das eleições 2014, que demonstrou claramente a insatisfação da candidata com a postura de Bonner, ao questioná-la de forma ríspida, intervendo em suas respostas.



Figura 3: Entrevista da presidente Dilma ao JN vira meme nas redes ¹⁴

É importante lembrar que não é apenas nas redes sociais que o conteúdo dos telejornais se estende. Nos sites oficiais, muitos noticiários, incluindo o Jornal Nacional, disponibilizam na íntegra as edições já exibidas na TV.

¹⁵ Fonte: Google

Ao disponibilizar sua programação em uma plataforma de limites extensos e, ao mesmo tempo, chegar mais próximo de seus receptores, a TV quebra um paradigma que a permeia há anos: o modelo cristalizado de programação. Hoje, o conteúdo televisivo é fluido, flexível. São as reverberações que a mídia televisiva gera em outros espaços sociais que guiará as estratégias comunicativas. Além disso, a permissão de divulgação do conteúdo do Jornal Nacional no espaço cibernético amplia as possibilidades de audiência, que por sua vez, poderá se deslocar num fluxo reverso, ao migrar da internet para a TV.

A apropriação da internet e suas possibilidades de comunicação como extensão dos meios de comunicação tradicionais é uma característica da convergência midiática, onde diversas plataformas de comunicação dialogam entre si e negam o arquétipo de que apenas o jornal impresso e a revista podem ser lidos a qualquer momento. O efeito *zapping* já não representa mais a perda do conteúdo, nem da audiência, pois com a TV Digital e a internet grande parte do que é exibido nas TVs continua à disposição dos espectadores.

1.2 Teorias construtivistas do jornalismo e processos de produção de sentido

Eleger um conceito de notícia no espectro diversificado de abordagens ofertadas pelos estudos científicos de jornalismo sem dúvida não é uma decisão das mais simples. Antes de tudo, devemos situar a concepção eleita dentro da teoria jornalística que ela foi formulada. Nesse sentido, definimos com Alsina (1996, p. 18) a notícia como “uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente que se manifesta na construção de um mundo possível”. Com isto, estamos adotando uma concepção de notícia no âmbito das teorias construtivistas do jornalismo.

Essencialmente, trata-se de uma concepção que percebe o produto jornalístico - a notícia - como uma “representação social”, o que significa dizer que os fatos não são transpostos pelo jornalismo para a sociedade tal qual eles se apresentam na sua realidade cotidiana. São muitos filtros que os transformam, a começar pelo uso dos códigos jornalísticos, os modos específicos de produção do gênero. Existe uma codificação própria do campo jornalístico e esse campo midiático é permeado por diversas contingências institucionais, geradas por sua ideologia ou linha editorial, formatadas com foco nos seus interesses de ordem social, política, institucional, econômica e tecnológica.

Há que se frisar que essas ordens fluem de formas diferenciadas na notícia, de acordo com as exigências do mercado midiático na qual elas foram produzidas. Pois, não se pode

dizer que há uma gradação única de permeabilidade de questões subjetivas nos processos de produção do jornalismo. As mídias privadas e as públicas têm interesses distintos, no caso da primeira, as exigências de lucro e sobrevivência no mercado midiático privilegiam um modo de produzir notícia de forma a satisfazer os interesses dos seus patrocinadores. As públicas estariam em princípio mais “livres” dessa exigência, mas não se pode esquecer que elas recebem fundos para sua manutenção que as obriga a respeitar certos regimes condicionantes. O regime político de uma sociedade forja com essas outras ordens um campo de possibilidades. Como se sabe, os regimes políticos, a exemplo do ditatorial, condicionam de forma vital os modos de produção, cerceando os fatos que são eleitos com base nos critérios de valor-notícia e o posterior tratamento deles.

Quando Alsina afirma que a produção de um produto noticioso está submetida a inúmeros filtros, ele quer nos dizer que construir uma notícia é se submeter a diversos processos subjetivos (escolher dentre tantos fatos e ângulos da notícia qual ou quais deve ser divulgados, respeitar a linha editorial e os interesses da empresa, respeitar suas próprias ideologias, seguir normas que regem o fazer jornalístico, tais como valores-notícia, dentre outros). A subjetividade que se faz presente na comunicação (especificamente no jornalismo) não se apresenta apenas no campo da construção da notícia, mas em todo o circuito de processos comunicativos: produção, circulação e consumo, pois “não se pode desligar a produção do consumo informativo” (ALSINA, 1996, p. 15).

Podemos afirmar que o jornalismo que se produz numa sociedade marcada pela midiaticização adere à sua prática novos filtros de construção da notícia. Queremos dizer com isto, que a reverberação de assuntos comentados no *ciberespaço* se mostra como um dispositivo poderoso na edificação da notícia. Tanto o é, que grandes empresas jornalísticas possuem em sua estrutura um setor específico, responsável por “pinçar” na internet os assuntos mais comentados neste espaço. Estes assuntos fatalmente comporão a agenda midiática de jornal.

Fausto Neto (2005) entende que a produção de inteligibilidade sobre um fato abarca diversas etapas do processo comunicativo, inclusive o âmbito da recepção. Para Fausto, dar prioridade ao que está sendo noticiado ultrapassa o poder da enunciação, pois “[envolve] também o poder de compreensão sobre os dispositivos e os mecanismos que permitem estruturar este dizer” (FAUSTO NETO, 2005, p. 29).

Neste sentido, entendemos que assim como as “operações de produção de sentido” (FAUSTO NETO, 2008, p. 100) estão sujeitas às instâncias subjetivas do emissor, o poder da

enunciação também estará sujeita ao entendimento dos elementos que compõem a notícia e do próprio mecanismo de enunciação em si. Por isso, afirmar que as notícias são espelhos da realidade, como proposto no século XIX pelos autores da Teoria do Espelho, consiste em aceitá-las como representação fiel da realidade. Assim, “se são um espelho, as mídias não são mais do que um espelho deformante”. (CHARAUDEAU, 2006, p. 20)

Dessa forma, da emissão à recepção existem, dentre outros fatores, elementos individuais que influenciam no modo como as informações são recebidas. Isto quer dizer que, se os jornalistas, reconhecidos como “construtores da realidade”, são afetados pela sua própria subjetividade, o espectador também terá a possibilidade de interpretar o texto de forma pessoal. Isto é o que Alsina (1996), ao citar Eco (1982), chamará de “descodificação aberrante”.

Ao propor que o ciclo de noticiamento (produção, circulação e consumo) é afetado por processos subjetivos como um todo, entende-se que o próprio jornalista, ao traçar estratégias de comunicação, leva em conta uma idealização acerca perfil do seu destinatário. Com efeito, para produzir uma notícia (seja na internet ou nos meios tradicionais) o jornalista precisa reconhecer (ou imaginar) os contornos descritivos dos receptores.

Alsina (1996, p. 15) afirma que os emissores buscam interpretar os modos de como a recepção irá absorver o discurso midiático, partindo do pressuposto de que “toda atividade discursiva pressupõe um fazer interpretativo por parte do destinatário”.¹⁶ Nesta perspectiva, o autor deixa transparecer a consciência do emissor em saber que será interpretado e que, por isso, terá de influenciar quem o interpreta. Para influenciar esse receptor, os jornalistas se utilizam de estratégias de comunicabilidade, de mecanismos que guiam o quanto possível sua interpretação. Isso se dá em razão da necessidade de obtenção de lucro, face à submissão de sua produção às lógicas capitalistas, já que as notícias são, em certa medida, “um produto à venda” (MEDINA, 1988). Assim, as mídias constroem suas notícias tendo em mente que, dentre outras finalidades, são os índices de audiência que irão atrair as verbas publicitárias que custeiam, em grande parte, a programação televisiva. Contudo, Sá Barreto (2013, p. 73) lembra que “o processo de mercantilização da informação jornalística e suas lógicas midiáticas são evidentemente muito mais sutis do que nos programas de entretenimento”, já

¹⁶ Sá Barreto (2013) também reconhece a idealização de um receptor por parte do emissor. A autora apresenta dois tipos de sujeitos: o sociológico, entendido como o receptor do mundo real, e o discursivo, criado enunciativamente pelo seu emissor, para quem ele enseja manter contato e seduzi-lo. É este sujeito discursivo que será conceituado como receptor construído. “Ao desvendar os sentidos dessas propostas, estar-se-á trabalhando com o sujeito discursivo ou receptor construído nos enunciados dos textos midiáticos; mas será uma interpretação do texto, com base no que as marcas indiciam essa construção, no que elas sinalizam ser esse modelo imaginado de sujeito real ou telespectador.” (SÁ BARRTEO, 2012, p. 32)

que o prestígio e a força do telejornalismo resultam dos processos de efetivação de sua função social.

Charaudeau (2006) observa que no processo de circulação da notícia - ou em qualquer outro discurso que possua interesse social – há situações de trocas: de conhecimento, de identidade, de interesses, etc. Essa relação de troca está submetida a uma co-intencionalidade, ou seja, interesses relativos a ambas as partes. Desta forma, firma-se um “acordo prévio sobre os dados desse quadro de referência” (CHARAUDEAU, 2006, p.68), que é entendido no âmbito da pesquisa em comunicação como “contrato”.

O contrato de comunicação refere-se às condições de trocas previamente acordadas, de forma recíproca, entre os atores sociais, que nesta condição passam a ser denominados de “parceiros da troca languageira” (CHARAUDEAU, 2006, p. 68). Por exemplo, se um telejornal, em consonância com seus telespectadores, promete tratar os fatos com imparcialidade, ouvindo todos os lados da informação, ele deverá cumprir sua promessa, caso contrário, estará “quebrando o contrato de comunicação” e assumindo o risco de perder a audiência. Este tipo de firmamento de conduta entre jornalismo e recepção consiste em apenas um dos diversos parâmetros que regem a notícia em seu processo de construção.

Para Alsina (1996, p. 188), no processo de construção da notícia existem três mundos distintos, porém, inter-relacionados: o real, o de referência e o possível. O primeiro é o mundo dos acontecimentos, que neste processo se apresenta como “fonte que produz os acontecimentos que o jornalista utilizará”. O segundo, o mundo de referência - que se baseia no mundo real -, é o mundo que “permitirá determinar a importância social do acontecimento”. E por último, o mundo possível, que “é o mundo narrativo construído pelo enunciador a partir dos outros mundos” (ALSINA, 1996, p. 190).

Ao entender então que os produtos jornalísticos estão submetidos a um processo de construção, temos que ter em mente que tais normas construtivistas são regidas por lógicas “da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares, da língua e das regras do campo das linguagens que buscam interpretar a realidade social.” (CABRAL; VIZEU, 2012, p. 2-3). No que diz respeito às lógicas que regem o processo de produção, Charaudeau (2006, p. 102) ressalta que a notícia é construída a partir de suas potencialidades de atualidade, socialidade e imprevisibilidade (CHARAUDEAU, 2006, p. 102). Tais elementos compõem o critério de noticiabilidade jornalística, reconhecido no meio comunicativo como “valores-notícia”, e que atuam como um dos primeiros “filtros” pela qual a notícia é submetida.

Para Charaudeau (2006), um acontecimento só se torna notícia quando chega ao conhecimento público. Mas, como já exposto aqui, para que ele seja concebido enquanto informação jornalística, o fato deverá ser submetido a um processo de estruturação. Neste sentido, os jornalistas não “criam” um acontecimento, mas sim, o constroem com base numa dada realidade. Desta forma, estes profissionais são denominados por Charaudeau (2006, p. 78) de “intérpretes dos acontecimentos”.

Seja em qual for a plataforma comunicacional, a interpretação de um fato requer não apenas aspectos subjetivos e próprios do homem, mas também contará com a atenção de artefatos tecnológicos, pois o “real tem que se moldar aos modelos da ficção para ser “telejornalizável” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 86). Na internet, assim como na TV, a gravação de *offs*¹⁷, utilização de imagens, entrevistas, trilha sonoras, dentre outros “mecanismos de sedução” (SÁ BARRETO, 2013) e reconstituição dos fatos ajudam na missão de aproximar ao máximo o mundo possível do mundo real.

Ao reconhecer a importância dos produtores da notícia na construção desta, a teoria construtivista reitera a função mediadora do jornalista, uma vez que são estes profissionais os responsáveis por atribuir sentido aos acontecimentos e trazê-los para o conhecimento público – ou seja, construir um mundo de referência. Charaudeau (2006, p. 78) relembra que “como a instância midiática é obrigada a pôr a informação em cena, este se torna um objeto inteiramente mediado”. Em suma, o jornalista, em sua função mediadora, edifica um mundo possível ao tomar como “fonte” o mundo real e se basear nos princípios regidos pelo mundo de referência. É por isto que Alsina afirma que o mundo narrativo é “construído pelo enunciador a partir dos outros mundos” (ALSINA, 1996, p. 190).

Cabe ressaltar aqui ainda que apesar de não reconhecer as notícias como espelho fiel do que acontece na realidade, a teoria construtivista não as dissocia por completo da instância do mundo real. Há que se ter em mente que apesar de não atuarem como espelho, “as mídias são impregnadas de realidade” (SÁ BARRETO, 2013, p. 67) e que para reconstruir os fatos, os jornalistas prezam por fontes confiáveis que tragam o relato para o mais próximo possível do real. Sendo assim, no processo de construção da notícia “a realidade não pode ser completamente distinta do modo como os atores a interpretam, a interiorizam, a reelaboram e a definem histórica e culturalmente.” (GROSSI, 1985b apud ALSINA, 1996, p. 29), e que por isto, as notícias podem não ser o retrato fiel da realidade, mas buscam reconstruí-la tomando como base o mundo real.

¹⁷Texto narrado pelo jornalista que irá compor a matéria.

CAPÍTULO 2

CORPORALIDADE EM TELEJORNALISMO NA “SOCIEDADE DOS MEIOS” E “EM VIAS DE MIDIATIZAÇÃO”

2 CORPORALIDADE EM TELEJORNALISMO NA “SOCIEDADE DOS MEIOS” E “EM VIAS DE MUDIATIZAÇÃO”

“A vida na telinha diminui e tira o charme da vida vivida: é a vida vivida que parece irreal, e continuará a parecer irreal enquanto não for remodelada na forma de imagens que possam aparecer na tela”.

- Zygmunt Bauman -

Vivemos em dias em que, como diz Fausto Neto (2012, p. 260), o jornalista assume um papel importante de dispositivo de operação de sentidos. A expressividade corporal, através das técnicas de atorização, e os fragmentos das operações discursivas tornam-se elementos importantes para a composição do “modo de dizer” jornalístico.

No jornalismo televisivo, apresentadores e repórteres agregam elementos de arte cênica às suas práticas mediadoras de informação. Diferentemente de outras plataformas, o profissional da comunicação televisiva tem a liberdade de personificar a notícia, através de imagens, falas (discurso), gestos, entonações, e até mesmo as vestimentas. Contudo, partimos do pressuposto de que esses processos são diferenciados no que chamaremos aqui com Fausto Neto (2008) de “sociedade dos meios” e “sociedade em vias de midiatização”.

Ao fazer o resgate histórico do principal telejornal brasileiro, o livro “Jornal Nacional: a notícia faz história” (2004), organizado pelo “Memória Globo”, traz no início da obra a descrição do ambiente jornalístico vivenciado diariamente pelos profissionais, que de forma pioneira enfrentavam as dificuldades impostas pela tecnologia incipiente dos anos 70. Os equipamentos pesados impediam a agilidade na apuração e divulgação das notícias. Quando algum fato exigia divulgação imediata – porém, nem tão imediata assim -, o repórter enviava do local do acontecimento, através de um *motoboy*, o filme para a ilha de edição. Lá, a equipe de editores ainda teria a missão de revelar as imagens para só então editá-las. Além de longo, este processo artesanal colocava em risco a captura das imagens, que por falha humana poderiam ser perdidas.

Para secar o filme com rapidez necessária, o laborista algumas vezes tinha que apelar para a criatividade. Costumava-se colocar o filme num cilindro e acender o fogareiro, sobre o qual girava o cilindro. Esse método acelerava a revelação, mas algumas vezes podia levar à perda do material por excesso de aquecimento. (MEMÓRIA GLOBO, 2004).

A equipe de edição ainda teria um outro desafio: sincronizar as imagens ao áudio. Isto porque mesmo após abrir mão das câmeras Bell & Howell que não registravam o som ambiente – e por isso ganharam o apelido de “mudinhas” –, as novas câmeras adquiridas pela emissora registravam o som numa banda magnética, à beira do filme, causando atraso na captura em relação à imagem.

Estes eram apenas alguns dos desafios que a equipe de telejornalistas enfrentava diariamente para colocar as notícias no ar. Outros empecilhos de natureza tecnológica também dificultavam as práticas jornalísticas de jornais impressos, revistas e rádio daquela época.

Para alguns jornalistas recém-formados este cenário acima descrito pode parecer um pouco distante da realidade do jornalismo atual, regido pelo “fetiche da velocidade” (MORETSZHON, 2002). Na era do digital, as imagens de alta qualidade são editadas em poucos minutos. Fotos e vídeos que não precisam passar por tratamentos são divulgados quase que instantaneamente ao acontecimento, via internet, por cidadãos que nunca trabalharam numa redação jornalística, mas que graças ao avanço da *web* passam a colaborar ativamente com o processo de divulgação dos fatos cotidianos. Muitas vezes esses materiais produzidos pelos atores sociais, agora convertidos em “jornalistas-colaboradores”, são reaproveitados por jornalistas profissionais, que se utilizam da linguagem própria dos meios de comunicação para divulgar os conteúdos recebidos.

As câmeras pesadas citadas no relato acima, que não captavam o áudio ou não o sincronizava com as imagens, foram substituídas por equipamentos leves, portáteis e *smarts*, que permitem em certos casos o tratamento do conteúdo no próprio aparelho. Devido à popularidade desses equipamentos eletrônicos, dificilmente um fato pitoresco passa despercebido às lentes dos “co-produtores da informação”, o que demonstra que no atual momento vivido pelo jornalismo os indivíduos instalam-se nas rotinas comunicativas e passam a compor um dos insumos deste processo.

De certa forma, os dois contextos aqui apresentados se distanciam um do outro não apenas pelo fator tempo, mas também pela presença de um outro elemento que emergiu com o passar deste: a tecnologia. No primeiro cenário percebe-se a limitação desta, que traça fronteiras bem definidas entre as instâncias da emissão e da recepção, sendo assim concebida apenas enquanto instrumento da comunicação. Já no segundo cenário, o atual, a tecnologia alcança certa sofisticação, atua não apenas no “transporte” da mensagem, mas passa a inferir sentidos neste processo, sendo entendida então enquanto um meio de produção.

Tais modificações, que chamam “atenção para os modos de estruturação e funcionamento dos meios” e transforma as tecnologias em meios de produção, circulação e de discursos (FAUSTO NETO, 2008), ganhou a alcunha dentre os estudiosos da comunicação de “mídiatização”.

O conceito de mídiatização chama atenção para a centralidade do campo midiático, mas extrapola esse entendimento ao constatar “que a constituição e o funcionamento da sociedade – de suas práticas, lógicas e esquemas de decodificação – estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a “cultura midiática”” (FAUSTO NETO, 2008, p. 92). Diferente da cultura de massa, a cultura midiática sugere a participação de um novo sujeito: a tecnologia. (MATTTA, 1999 apud FAUSTO NETO, 2008). Desta forma, a mídia passa a ser parte constituinte da cultura, interferindo diretamente nos modos de ser e de agir da sociedade, se fortalecendo enquanto um modelo a ser seguido.

Ainda sobre este fenômeno, Verón (1998 apud FAUSTO NETO, 2008) chama atenção para os processos de afetações não-lineares, que modifica o esquema de simetria presente na relação entre os campos midiáticos e sociais. Para o autor, há uma quebra de antigos parâmetros do processo comunicativo, marcado pelo polo que afeta (produção – emissão) e pelo que é afetado (recepção). Hoje, o fenômeno da mídiatização nos permite compreender que estes dois polos afetam-se mutuamente, ou seja: a produção afeta a recepção, que por sua vez, afeta o polo da produção novamente e vice-versa, em um processo contínuo. Desta forma, institui-se um novo “feixe de relações” entre as instituições e os atores sociais, (FAUSTO NETO, 2008), onde ambos podem assumir tanto o papel de emissor, quanto de receptor.

Esta nova ambiência comunicacional, engendrada pela mídiatização, resulta em novos protocolos técnicos, que sugerem aos meios de comunicação repensarem suas práticas, formatos e linguagens, a fim de dinamizar o contato não apenas com outros meios, mas também com outras práticas sociais.

Na ânsia de desenvolver um estudo sobre a analítica¹⁸ da mídiatização, Fausto Neto (2008), após trazer colaborações sobre o conceito do que viria a ser tal fenômeno, traça uma linha evolutiva que perpassa dois momentos descritos por ele como: “sociedade dos meios” e “sociedade mídiatizada”. Este último, o de “sociedade mídiatizada”, já foi substituído pelo autor em textos mais recentes pelo de “sociedade em vias de mídiatização”, posto que a

¹⁸ “As considerações luhmanianas, lidas dessa perspectiva, permitem aproximar a noção de «analítica» enquanto uma ação próxima daquele, por ele definido, como «reductor de complexidades»”. (FAUSTO NETO, 2008, p. 95)

ocorrência da midiatização não se constitui enquanto um processo concluído mas, pelo contrário, em constante transformação.

Os dois momentos explicitados por Fausto Neto distinguem-se entre si pela presença / ausência da midiatização, o que implica em divergentes relações com os regimes de discursividades:

Uma designação econômica para diferenciar a «sociedade dos meios» da «sociedade da midiatização» está no fato de que na primeira as mídias estariam a serviço de uma organização de um processo interacional e sobre o qual teriam uma autonomia relativa, face à existência dos demais campos. Na segunda, a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade. (FAUSTO NETO, 2008, p. 93)

As duas perspectivas midiáticas apontadas por Fausto Neto abordam a relação das mídias com os diversos campos sociais, trazendo “pistas” sobre as (re)configurações dos modos de organização e afetação entre produtores e receptores, instaurando novas condições de produção de sentido.

Enquanto que na “sociedade em vias de midiatização” a emergência dos fenômenos tecnológicos incide em mudanças na ambiência jornalística, bem como nos processos e interações entre as instituições e os atores sociais, na “sociedade dos meios” a incipiência destes aparatos tecnológicos incide em afetações lineares, marcada por um processo comunicativo pré-delimitado e pouco colaborativo.

Ao colocar produtores e receptores em uma mesma realidade (FAUSTO NETO, 2008), a expansão da midiatização chama atenção para o papel mediador dos jornalistas. Inseridos na “sociedade dos meios”, os apresentadores, repórteres e correspondentes assumem o papel de intermediar o contato com as diversas instituições sociais, se revestindo de autoridade para produzir as notícias, sem necessariamente precisar da colaboração dos demais atores sociais. Nesta sociedade, o poder de mediação dos telejornalistas é reforçado, pois ele se constitui enquanto fonte oficial da instituição jornalística, assumindo a voz e os posicionamentos desta. Já na “sociedade em vias de midiatização” esse papel mediador perde forças, na medida em que as zonas de afetação alteram-se e colocam em cena um terceiro corpo: a dos coletivos. Assim, o jornalista não é mais o único detentor do discurso, e para se adaptar a este novo cenário as condições de enunciação da realidade terão de sofrer alterações

– incluindo não apenas o discurso e a ambiência, mas também o trabalho de enunciação corporal.

Fausto Neto descreve ainda quatro aspectos relacionados à organização e ao funcionamento da analítica da midiatização nos processos produtivos do jornalismo. São eles: 1) transformações da “topografia jornalística”, como espaço “organizador do contato”; 2) a auto-referencialidade do processo produtivo; 3) auto-reflexividade sobre seus fundamentos teóricos; 4) transformação do status do leitor.

O primeiro aspecto, o das transformações da “topografia jornalística” diz respeito às tentativas da mídia em construir um vínculo mais próximo com seus receptores. Tais esforços implicam em mudanças no contrato de leitura, uma vez que as redações “abrem suas portas” para os leitores, expectadores e ouvintes a fim de mostrar como se dão as rotinas do processo produtivo. Relatos apresentando como as notícias são produzidas, desde a sua apuração até a divulgação, são cada vez mais comuns, seja no rádio, no jornal impresso, na *web*, nas revistas e até mesmo na televisão. Desta forma, as redações são “visitadas” pelos receptores da notícia constantemente, pois não basta divulgar, “é preciso visualizar este processo de trabalho, torná-lo palpável a fim de que a noção do jornal não se reduza apenas ao ato de compra e venda.” (FAUSTO NETO, 2008, p. 97). Ainda segundo o autor, ao descrever os relatos e o ambiente em que estes são produzidos, os jornalistas reassumem o compromisso com a atorização, tendo exposto não somente o seu corpo, mas a sua alma, se apresentando enquanto um novo tipo de celebridade.

Estes apontamentos de Fausto Neto podem, em certa medida, dialogar com autores como ECO (1984) e CASSETI ; ODIN (1990) que buscam traçar fronteiras neste processo de reconfiguração das práticas jornalísticas, em especial televisivas. Desta forma, tais autores investem na ideia de que esta evolução da televisão está dividida em duas fases: a “paleo” e a “neotelevisão”.

Na “paleotelevisão”, há um reforço da aceitação do jornalismo enquanto instituição, no sentido de que rege dentro de seu espaço o contrato de comunicação no contexto pedagógico. De tal forma, o público – entendido em sua coletividade - mantém a audiência com o intuito de receber saberes. Por este viés, os receptores são entendidos como uma “grande classe” e os jornalistas são os “professores”. (CASSETTI; ODIN, 1990). Podemos afirmar que um de nossos recortes, a cobertura do Movimento das Diretas Já, nos anos 80, feita pelo Jornal Nacional, estaria inserida nesta fase, uma vez que os mediadores eram aceitos pelo público enquanto autoridade máxima no processo comunicativo, e o espírito

ativista de reivindicação e interpelação ainda era incipiente (apesar de fazer o JN mudar de discurso diante do movimento), não apenas pela pouca força dos aparatos tecnológicos, mas também porque a recepção ainda era marcada pelo caráter submisso no processo comunicativo.

Já a “neotelevisão” passa a ver os receptores em sua individualidade e rompe com o modelo de comunicação pedagógica: “Já não é mais uma questão de transmitir um saber e sim deixar o caminho livre para a troca e a confrontação de opiniões.” (CASSETTI; ODIN, p. 11, 1990). Nesta fase, busca-se a relação de familiaridade e intimidade com a instância receptiva. Além do apelo sentimental, a “nova televisão” reduz a fronteira entre emissão e recepção, e assim como as estratégias de protagonização do leitor, ressaltadas por Fausto Neto (2008), a interação é marcada pela co-autoria do produto noticioso. Desta forma, se abole “a separação entre espaço de produção e espaço de recepção.” (CASSETTI; ODIN, p. 19, 1990). Nesta perspectiva, encontra-se o outro recorte aqui analisado: a cobertura do JN sobre o Movimento do Passe Livre, marcado pelo ativismo social e pelo diálogo entre as instâncias da emissão e da recepção.

Ainda nos anos 80, quando nem se falava em conceitos como “midiatização” e “convergência”, Eco (1984) já ressaltava a auto-referencialidade como característica da neotelevisão, indicando que além de abrir “as portas de suas redações”, a programação televisiva busca exibir suas rotinas e, assim, estreitar os laços com os atores sociais: “A característica principal da Neotevê é que ela fala (conforme a Paleotevê fazia ou fingia fazer) sempre menos do mundo exterior. Ela fala de si mesma e do contrato que estabelece com o próprio público.” (ECO apud SÁ BARRETO, 2013, p. 85). Obviamente, esta auto-referencialidade apontada por Eco como novo aspecto das rotinas de produção televisiva nada tinham a ver com o fenômeno da internet – que só surgiria anos depois -, mas já indicava uma tendência desta mídia em apostar em novas estratégias de cativação do espectador.

Apesar de serem marcantes as características da neotelevisão no telejornalismo da atualidade, para Casetti e Odin (1990, p. 21) “as características da paleotelevisão ainda estão bem vivas”, indicando que as novas práticas do campo midiático ainda possuem marcas das tradicionais que as precediam.

Apesar de tentar manter uma linha mais tradicional, o Jornal Nacional também tem trazido modificações na sua topografia jornalística com o intuito de chegar mais próximo dos telespectadores e trazê-los para perto do noticiário. Desde o final de 2014, por exemplo, os apresentadores do JN têm apostado na prática de gravar vídeos para as redes sociais

divulgando as principais manchetes que serão exibidas logo mais na programação televisiva do dia. Cenários como redação, sala de reunião, corredores do estúdio e até mesmo camarim são usados para contextualizar a mensagem. A ideia é apresentar os bastidores da notícia para os telespectadores, que familiarizados com o ambiente e atraídos pelo conteúdo a ser apresentado poderão migrar do espaço virtual para o televisivo, a fim de assistirem a edição do JN na tevê. Em dupla, ou sozinhos, os mediadores abrem mão – por ora – da postura rígida e impecável da bancada e passam a se comportar enquanto celebridade, assim como fala Fausto Neto (2008). Em um dos vídeos divulgados no *Facebook*, William Bonner explica: “Enquanto estou fazendo o nó da gravata pra subir lá pro cenário, vale a pena dizer que hoje terminou a formação da turma de ministros da Presidente Dilma pro segundo mandato dela...”. Enquanto explica a manchete, Bonner reveza o olhar entre o espelho iluminado (assim como os que se encontram em camarins de artistas) e a câmera. No final da mensagem, ao piscar levemente o olho em direção ao espectador ele lembra: “É logo depois da novela, às oito e meia, horário de Brasília”.



Figura 4: Ao dar nó em gravata, pouco antes de entrar no ar, Bonner anuncia a notícia de destaque do JN no Facebook ¹⁸.

Neste momento, se sobrepõem ao corpo do mediador do jornal mais tradicional do país características de um corpo humanizado, que deixa transparecer resquícios de sua personalidade, e por isso desperta o afeto de seus interlocutores. Comentários sobre o “tutorial da gravata” ou da aparência de Bonner enquanto um homem “lindo e charmoso” demonstram

¹⁹ Fonte: facebook.com

que naquele momento o conteúdo da notícia perdeu força para os resquícios deixados por um corpo comedido na televisão. É neste sentido que Fausto Neto (2008) afirma que as transformações dos contornos jornalísticos têm reforçado o compromisso dos mediadores com a atorização do acontecimento.

De maneira paralela, enquanto convida os receptores para “visitar” as redações, as mídias produzem enunciações das quais falam de si mesma, do seu mérito em apurar informações sigilosas, de como fizeram para conseguir o “furo jornalístico” ou aquela entrevista exclusiva da qual outras empresas já vinham tentando marcar há um certo tempo. Trata-se então de produzir um discurso de “autoreferencialidade do processo produtivo”, onde a exibição das práticas jornalísticas “visam produzir um discurso de auto-celebração de um modo de prática de um jornalismo.” (FAUSTO NETO, 2008, p. 99). O programa “Profissão Repórter” da TV Globo seria uma boa ilustração do que viria a ser esta tentativa de autoreferencialidade das rotinas produtivas do jornalismo. Ao expor as operações de produção da qual a equipe de jornalismo é submetida, bem como as barreiras na apuração da notícia, a conduta dos repórteres diante dos entrevistados e dos fatos, etc., o programa acaba por representar – de certa forma – o jornalismo adotado pela emissora como um todo. Utilizando-se de uma metáfora, poderíamos dizer que o programa atua como um “espelho” do que acontece nos bastidores dos telejornais das organizações Globo, mas que raramente é exposto aos telespectadores.

Outra particularidade da analítica da midiatização desenvolvida por Fausto Neto diz respeito à *auto-reflexividade posta em ato* pelas mídias. Para o autor, cada vez mais o conteúdo jornalístico se dispõe a convidar os receptores a refletirem de forma conjunta as operações discursivas intrínsecas ao fazer jornalístico. Em suma, “são enunciações que refletem os desafios e os efeitos de um «modo de dizer», chamando atenção para as concepções do dispositivo sobre o seu trabalho, e seu processo produtivo.” (FAUSTO NETO, 2008, p. 99)

De certo modo, ao propor uma auto-reflexão acerca das práticas que fundamentam a construção da notícia, as mídias tentam convencer os receptores acerca da importância do material ali divulgado. Ou seja, não basta apenas lançar um novo perfil editorial sem que essa atitude venha acompanhada de argumentos que comprovem que aquela iniciativa tem o intuito de trazer benefícios para os receptores. Isto significa dizer que ao contemplar seu próprio fazer jornalístico, as mídias chamam atenção para certas normas inerentes aos processos de operações discursivas, “sobre as quais se assentam o «contrato» e os efeitos

presumidos das próprias estratégias postas em ato.” (FAUSTO NETO, 2008, p. 100) Desta forma, o corpo televisivo, elemento fundamental no processo de construção da notícia, assumirá a responsabilidade de convidar os interagentes a refletirem sobre as operações discursivas pertinentes ao campo jornalístico. Assim, não basta apenas reforçar o conteúdo noticioso, através de expressões, posturas e ênfases, mas também convencer os receptores de que aquele assunto merece certa reflexão, e que tal iniciativa deve ser feita em parceria com os produtores da notícia.

Em tal perspectiva, ao realizar mudanças na “topografia” jornalística, as novas práticas discursivas também trazem mudanças nas formas de interação entre produtores e receptores no processo comunicativo. Expliquemos: é que com a dissolução das fronteiras que tratam de organizar este contato, os receptores passam a colaborar intensamente com o processo produtivo, tornando-se “co-enunciadores de enunciação”. (FAUSTO NETO, 2008, p. 100).

A fim de dinamizar os protocolos de comunicação, as mídias se utilizam de “estratégias de protagonização do leitor”, convidando-os a contribuir com o processo comunicativo, seja através de envio de materiais ou até mesmo indicando assuntos a serem abordados nos noticiários. Assim, na medida em permitem a inclusão do “espectador” no ínterim do “espetáculo”, as mídias apontam para o surgimento de um novo contrato de comunicação, marcado pelo regime de cooperação, quase sempre regido sob regras previamente acordadas.

A mudança do contrato, com a inclusão do receptor no âmbito do próprio dispositivo, significa que ele passa a se constituir num co-gestor de operações de sentido, na medida em que «vem lá de fora, jogar o jogo que se passa aqui dentro». Entretanto, é preciso não esquecer quais são as regras que definem a sua inclusão e que as escolhas de sua produção são determinadas segundo postulados que permanecem no âmbito da lógica do sistema produtivo propriamente dito. Sem dúvida que há na estratégia um sintoma que sinaliza preocupações da produção em evitar que os seus receptores possam vagar para «pontos de fugas», comprometendo o protocolo de sentido e suas metas comerciais e de audiência. (FAUSTO NETO, 2008, p. 101)

Ao serem promovidos - de meros telespectadores para co-gestores das operações de sentido -, os receptores passam também a interferir no corpo dos mediadores, na medida em que ao serem convidados para participar do processo de produção e circulação da notícia contribuem não apenas com o conteúdo das mensagens, mas também nos modos de enunciação desta. Um momento que pode ilustrar bem esta situação diz respeito ao pronunciamento de William Bonner, na edição do dia 04 de junho do Jornal Nacional. Na

ocasião, após presenciar a companheira de bancada Patrícia Poeta ser alvo de chacotas nas redes sociais - depois de ser flagrada ao vivo fazendo exercícios vocais²⁰, o que causou estranheza no público -, o apresentador do JN comprometeu alguns minutos do noticiário para fazer comentários sobre a vida pessoal de Patrícia e assumir que também faz aqueles “exercícios esquisitos” nos bastidores do telejornal. Ao fazer tal comentário, Bonner deixa de lado por alguns instantes a patente de “personalidade irretocável” e se reveste de ares de informalidade, como se quisesse mostrar a face “real” que existe por detrás da “máscara” da sobriedade vestida pelo apresentador.

Portanto, se o fenômeno da midiaticização implica em novas racionalidades de operações de sentido, - acarretadas pela mutação da topografia jornalística, bem como de seu contrato - podemos depreender, pois, que o corpo audiovisual também ganha novas significações na sociedade em vias de midiaticização, uma vez que este corpo está intimamente ligado ao exercício de construção da realidade social. Assim, partimos do pressuposto de que ao se deslocar da “sociedade dos meios” para a “sociedade em vias de midiaticização”, o corpo dos mediadores do telejornal vão ganhando novos contornos. Em primeiro lugar, chamamos atenção para o papel mediador do jornalista nesses dois contextos. Na sociedade dos meios, a mediação é assegurada pelos elos de confiança e segurança que o jornalista assume diante da sociedade. Ele se mostra enquanto a única pessoa autorizada a traduzir para a sociedade certos códigos e problemáticas para os cidadãos (GIDDENS apud FAUSTO NETO, 2008). Já com a emergência da midiaticização, o papel mediador do jornalista fragiliza-se, na medida em que essa função passa também a ser desempenhada pelos co-produtores da informação, que antes assumiam apenas o posto de receptores.

Assim, para manter a centralidade da produção de sentidos, as mídias reinventam-se, elaboram novas estratégias de sedução e de convite aos receptores. Relatamos há pouco que o Jornal Nacional, objeto de investigação deste trabalho, procura se apropriar do ambiente virtual - e de suas múltiplas possibilidades - a fim de “transportar” essa recepção também para o ambiente televisivo, e assim, manter um diálogo mais próximo. Isto acontece porque, apesar de tentar manter a postura mediadora, de “dono da notícia”, o JN reconhece que o fenômeno da midiaticização aponta para novas perspectivas. Fato que não incomodava os produtores da notícia dos anos 60, 70 e meados de 80, quando, por exemplo, Cid Moreira, Sérgio Chapelin e

²⁰ Escalada para fazer *links* ao vivo ao lado de Galvão Bueno sobre a atuação da seleção brasileira durante e copa do mundo de 2014, Patrícia Poeta estava fora dos estúdios, enfrentando o frio de Terezópolis, quando na volta dos comerciais durante a exibição do JN foi flagrada praticando exercícios fonoaudiológicos. A situação pitoresca, que obviamente causou estranheza nos telespectadores, ganhou destaque nas redes sociais sendo alvo de piadas e ganhando a alcunha de “Patrícia Bufá”.

Marcos Hummel – à frente do telejornal de maior força no país – não abriam mão de sua postura rígida, inflexível, e no isolamento de sua bancada não buscavam novas formas de contato com os telespectadores.

Assim sendo, ao acompanhar a evolução da “sociedade dos meios” para a “sociedade em vias de midiatização”, o corpo audiovisual também apresenta novas concepções enquanto elemento engendrador de operações de sentido. Na primeira, o corpo assujeitado a um *script* se mostra “amordaçado”, engessado, e submetido às lógicas televisivas pré-moldadas. É essa performance limitada que objetiva sentenciar, de forma previsível, a construção de um ritual no qual a recepção está a espera de um dito²¹. As figuras de um dos nossos *corpus* - a de Cid Moreira, Sérgio Chapelin e Marcos Hummel - ainda nos primórdios da bancada do Jornal Nacional, mostram como na sociedade dos meios o corpo audiovisual trabalha de forma distante da notícia. Relatos de desastres, reivindicações, acontecimentos pitorescos, placar de jogos esportivos, quase sempre eram narrados com a mesma entonação, com pouca interpretação e envolvimento com o que se está sendo dito. Além disso, a expressão séria dos apresentadores predominava durante todo o telejornal, até mesmo durante o “boa noite” de despedida.

Na sociedade dos meios, o corpo submisso às imposições do *script* e marcado por uma mediação pouco envolvente, resultante de um ritual pré-moldado, não sofre interpelações dos interlocutores, que assim não contribuem com sua performance, nem com seu modelo de enunciação. Neste contexto, o condutor ou apresentador do telejornal “era o *ventríloquo* do texto, com quase ausência de expressão facial” (SÁ BARRETO, 2013, p. 222, grifo da autora).

Já na sociedade marcada pelo fenômeno da midiatização, o corpo audiovisual reinventa-se a todo instante, na mesma liquidez dos aparatos tecnológicos. Com permissão para se depreender do *script* e das lógicas televisivas, este corpo passa a não somente divulgar as informações, mas também a fazer parte delas, interpretá-las, atorizá-las, dramatizá-las. Nesta fase, o desempenho deste corpo já não resulta apenas das tomadas de decisões de seus “donos”, mas também sofre interferência de terceiros (os receptores), que ao interagirem acabam por promover diferentes discursos e posturas enunciativas.

Apesar de prezar pelo posto de mediador, mantendo a postura inflexível da sociedade dos meios, os apresentadores do Jornal Nacional – mesmo que situados na sociedade em vias de midiatização - ainda assim são afetados pelas novas dinâmicas de produção de sentido.

²¹ Colaborações de Antônio Fausto Neto para a banca de qualificação da autora em 2014.

Seus corpos, por mais que visem provar que quem está por detrás da bancada é quem detém do poder, trazem pistas que apontam para uma nova perspectiva midiática, indicando que a transição das duas sociedades merece um olhar mais cuidadoso.

2.1 Ruptura da dicotomia corpo/mente: o corpo transcende e enuncia as notícias

Como exposto anteriormente, os primeiros jornalistas a trabalharem na televisão brasileira migraram em sua maioria do rádio, e trouxeram para o novo meio experiências profissionais que pouco exploravam o corpo humano enquanto linguagem. Esses telejornalistas pioneiros podiam ser comparados a ventríloquos, pois “ainda não tinha espessura própria, expressividade”. (VERÓN, 2003 apud SÁ BARRETO, 2014, p. 91).

Aos poucos, os telejornalistas foram se redescobrimo a partir das possibilidades técnicas que a mídia televisiva lhes oferecia. Desta forma, eles foram deixando de ser meros “contadores de história”, “porta-vozes dos fatos”, para serem “interpretantes do mundo real”, “atores do acontecimento”.

Ao interpretarem a notícia, valendo-se do discurso oral e corporal, os jornalistas agregam à sua atividade profissional características próprias de sua vivência enquanto sujeitos do mundo. Isto porque seus corpos são construídos pela cultura e pelos conhecimentos adquiridos na sociedade em que vivem.

Ao resgatar o trajeto histórico pelo qual a dicotomia corpo / mente tem atravessado, Rosário (2002, p. 02) encontra na Idade Média as primeiras percepções sobre esta separação.

A união de Igreja e Monarquia para compor o poder trouxe rigidez dos valores morais e uma nova percepção do corpo, aliás, trouxe como modelo a sua não-percepção – que era obviamente aparente. A preocupação com o corpo era proibida, principalmente devido aos interesses da Igreja, que exercia forte domínio na época. Começa a se delinear claramente a concepção de separação de corpo e alma, prevalecendo a força da segunda sobre o primeiro. O bem da alma estava acima dos desejos e prazeres da carne e, portanto, acima dos aspectos materiais. O corpo tornou-se culpado, perverso e necessitado de purificação, tanto que, nessa tentativa de dominação do corpo, as sociedades e, principalmente os religiosos, instituíram técnicas coercitivas sobre o físico como o autoflagelo, ao mesmo tempo instaurando a confissão como forma de controle.

Já no período renascentista, Santaella lembra que, com o pensamento metafísico Descartes:

Definiu o corpo humano como a mistura de duas substâncias distintas: de um lado, o corpo, um objeto de natureza como outro qualquer, de outro lado, a substância imaterial da mente pensante, cujas origens, misteriosas, só poderiam ser divinas. Descartes não encontrou explicações para as ligações entre esses dois lados. Para ele, apenas a mente, sinônimo de consciência, de alma e definidora do eu, dá expressão à essência humana, da qual o corpo está excluído. Vinha daí sua consideração acerca da alma como um “fantasma” da máquina do corpo. (DESCARTES, 1999 apud SANTAELLA, 2004, p. 14)

Se o corpo é o repositório desse sujeito, onde se encontrariam, então, a alma e a consciência na ausência deste corpo? A quem elas pertenceriam? Da mesma forma, o que seria um corpo sem sua essência? Um mero complexo orgânico? Talvez, compactuando com Rosário (2009, p. 01), “essa herança permanece mesmo para valorizar mais a matéria, como forma de contrapor-se à predominância da alma e do intelecto sobre o físico que se manteve por tanto tempo”.

Porém, é necessário se desfazer dessa dualidade, pois o corpo em sua complexidade é:

Resultado da interconexão entre diversas instâncias, cada qual com suas especificidades, tais como: física, racional, imaginária, sexual, intelectual, ética, moral, estética, instintiva, genética. Por acréscimo, esse corpo só emerge e gera significância porque é vinculado a outros corpos e todos são atravessados de alguma maneira por variados campos: biológico, cultural, social, psicológico, religioso, econômico, político, filosófico, entre outros. As tantas combinações possíveis manifestam-se num corpo que é uno e múltiplo ao mesmo tempo. Por outras palavras, não somos apenas espírito ou matéria, masculino ou feminino, branco ou preto, dominante ou dominado, civilizado ou primitivo; culto ou inculto, letrado ou analfabeto, desenvolvido ou subdesenvolvido. Somos tudo isso ao mesmo tempo. Substituindo o ou pelo e somos multiplicidades. Este que costumeiramente chamamos de corpo, dando-lhe a conotação apenas física, carrega todas essas multiplicidades e é só por isso que consegue elaborar textos para comunicar-se. (ROSÁRIO, 2009, p. 01 – 02)

Desta forma, o corpo audiovisual é concebido nesta pesquisa não puramente enquanto elemento de mediação ou máquina orgânica, mas sim enquanto uma linguagem complexa, capaz de refletir no seu processo de enunciação sentimentos, afetações da cultura, dos sintomas psicológicos, etc.

Se no teatro, no cinema ou nas telenovelas os personagens, independentes de suas complexidades, acabam adquirindo características próprias de seu intérprete, no telejornalismo não seria diferente. Por estar submetida a um processo interpretativo, de caráter subjetivo, a notícia agrega à sua composição características próprias da personalidade do enunciador. É por isto que seria um equívoco apontar a *actorização* do acontecimento enquanto simulação pura. Nas técnicas de interpretação, o corpo sempre é afetado pela alma,

pelo intelecto, pelas vivências, crenças, dentre outros. É com base neste “conhecimento de mundo” que o ator se faz representar.

Amparado pelas possibilidades tecnológicas e guiado pela sua subjetividade, o corpo audiovisual consegue se reinventar, transcender e gerar significância em seu processo de enunciação. Desta forma, mesmo atravessado pela técnica, num ambiente que visa simular a naturalidade e o real, o corpo midiático deixa vestígios, restos de seu corpo original (ROSÁRIO, 2002, p. 03) e acaba por revelar aspectos de sua persona. Talvez seja por isto, que mesmo estando submetido a regras específicas, que visam padronizar o trabalho na TV, alguns repórteres e apresentadores deixam transparecer seu carisma e, assim, cativar o público.

Muitas vezes a missão de analisar os vestígios da persona que perpassa o corpo audiovisual pode ser equivocada, mas é com base nela que os telespectadores conseguem construir laços de afeto com os telejornalistas, que muitas vezes passam a ser vistos mais como celebridade do que como um mediador propriamente dito.

Por fim, é importante ressaltar que o telejornalista, mais do que um mero transmissor de informações, é um sujeito que interpreta, e por estar ambientado numa sociedade marcada pela convergência, o ritmo cada vez mais acelerado na divulgação dos fatos requer capacidade de improviso. Isto implica em dizer que para que a interpretação e o improviso aconteçam é necessário que haja ligação direta entre o corpo que divulga e o intelecto que produz essa mensagem, pois o corpo audiovisual não trabalha de modo isolado, sem um aliado. Daí a real necessidade de não se valorizar a matéria em predominância da alma e do intelecto.

CAPÍTULO 3

TRILHAS E PROCESSOS DE PESQUISA

3 TRILHAS E PROCESSOS DE PESQUISA

“O que é bem conhecido, justamente por ser bem conhecido, é pouco conhecido.”

- Georg Hegel -

Apesar de ser uma das mídias com maior poder de penetrabilidade no Brasil e em grande parte do mundo, a televisão ainda apresenta, aos olhos da pesquisa científica, diversas brechas que fragilizam a formulação de métodos de análise dos seus produtos. Jost (2004) compartilha conosco desta mesma inquietação. Para o autor, é curioso pensar que existe uma carência significativa de estudos nessa área, quando a TV representa no Brasil uma das poucas opções de informação e entretenimento para um segmento significativo da sociedade, apesar do surgimento da web.

Analisar um programa ou um telejornal – ou, no nosso caso, em especial, os corpos dos apresentadores – vai além de entendê-los em seus aspectos puramente estéticos, ou puramente “conteudísticos”. Para entender os processos de significação no campo da produção televisual é necessário fazer uma imersão em diversos parâmetros televisivos. Melhor explicando: significa dizer que aspectos como ambientação da notícia; política de trabalho da empresa jornalística; rotinas de produção; relação emissor-receptor; corpos televisivos e diversos outros fatores, que influenciam na composição do produto final televisivo, deverão ser levados em consideração.

Em que pese a escassez de obras e pesquisas que abordem teórica e metodologicamente a produção televisual, alguns pesquisadores resolveram se empenhar nesse campo. Um desses autores é Itânia Gomes, referência nos estudos científicos sobre televisão e telejornalismo. Assumindo a coordenação do Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo (GPAT), da Universidade Federal da Bahia (UFBA), a autora levantou algumas questões metodológicas que hoje servem de base para muitas pesquisas que analisam essa vertente do jornalismo. Essas contribuições da autora e do seu grupo de estudos serão tomadas em nossa pesquisa como pilares teóricos e metodológicos para a análise da compreensão do corpo dos apresentadores do Jornal Nacional em face dos processos de construção de sentidos das notícias, diante das pressões dos telespectadores e/ou internautas nas redes sociais, e ambientados em duas sociedades distintas: a “dos meios” e “em vias de midiaticização”. Para tanto, elegemos dois momentos de grande relevância jornalística e histórica e que por se situarem em fases distintas consideramos significativos para

entendimento da questão central da pesquisa: 1) Os processos enunciativos de Cid Moreira, Sérgio Chapelin e Marcos Hummel durante a cobertura do Movimento das Diretas Já (1983/1984) - durante os dias 29 de março de 1983, e 25 de janeiro e 10 de abril de 1984 -; 2) Os processos enunciativos de William Bonner e Patrícia Poeta durante a cobertura do Movimento Passe Livre, em especial no período de 10 a 17 deste junho de 2013.

Escolhemos tais recortes pelo fato de dialogarem entre si quanto à sua natureza jornalística - ambos são construídos tendo como base movimentos sociais que reivindicam questões políticas e sociais e que, por isso, possuem significativa relevância jornalística e histórica. Portanto são coberturas “delicadas” do ponto de vista institucional em função de questões como ideologia, interesses econômicos e políticos. Nesse sentido, partimos do pressuposto de que os corpos dos mediadores nesses casos atuam, especialmente, para produzir sentidos desejados pela emissora. Fato que complexifica a análise dentro da perspectiva de corporalidade que adotamos, ou seja, o corpo dos apresentadores em sua dimensão física e mental. Corpo físico, que resguarda a *persona* dos mediadores, mas que não é puramente o original, pois trata-se de um corpo midiático ou ainda de forma mais próxima, um corpo telejornalístico. E, particularmente, porque as coberturas de movimentos sociais “Diretas Já” e “Passe Livre” são representativas, respectivamente, da “sociedade dos meios” e da “sociedade em vias de midiatização”. Logo, são momentos distanciados no tempo do telejornal, constituídos por distintas configurações de corporalidades, fato que permite uma análise com base em referências comparativas, o que poderá contribuir para favorecer a compreensão das particularidades dessas corporalidades.

3.1 Metodologia de Análise de Telejornalismo

A metodologia proposta por Gomes (2007) através do Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo (GPAT) da UFBA aponta para um modelo de análise do telejornalismo com base na perspectiva teórico-metodológica dos “estudos culturais” em associação com os “estudos de linguagem”, acompanhando o pensamento de Raymond Williams, para quem a televisão é, ao mesmo tempo, uma tecnologia e uma forma cultural, e o jornalismo, uma instituição social. (WILLIAMS, 1997 apud GOMES, 2007).

Essa abordagem implica a consideração de aspectos ao mesmo tempo históricos, sociais, ideológicos e culturais do telejornalismo e nos permite articular três elementos fundamentais para a análise do telejornalismo, a saber, o jornalismo, a televisão e a recepção televisiva. (GOMES, 2007, p. 03-04)

No artigo “Questões de método de análise no telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise”, Gomes (2007) - com base nos “estudos culturais” e “estudos da linguagem”, considerando as premissas do jornalismo enquanto instituição social e forma cultural - propõe a articulação de três conceitos metodológicos: modo de endereçamento, estrutura de sentimento e gênero televisivo.

A articulação desses três conceitos possui operacionalidade, mas não é regra. Em algumas de suas análises, a autora abre mão do conceito de estrutura de sentimento. Desta forma, e considerando as necessidades relativas a esta pesquisa, buscaremos neste trabalho utilizar apenas os conceitos de gênero televisivo e modo de endereçamento. Este último nos oferece quatro operadores analíticos, considerados ““lugares” para onde o analista deve olhar” (GOMES, 2007, p. 24). São eles: mediador, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática.

O arcabouço que compõe a metodologia proposta por Gomes através do Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo (GPAT) será desenvolvido com mais clareza e aprofundamento ao longo deste capítulo.

Abaixo, apresentamos um fluxograma desenvolvido por nós a fim de aclarar a compreensão acerca da metodologia proposta por Gomes e seu grupo de pesquisa, bem como apresentar de que forma os elementos que estruturam esta metodologia - tal como as premissas, os conceitos e operadores analíticos - articulam-se entre si.

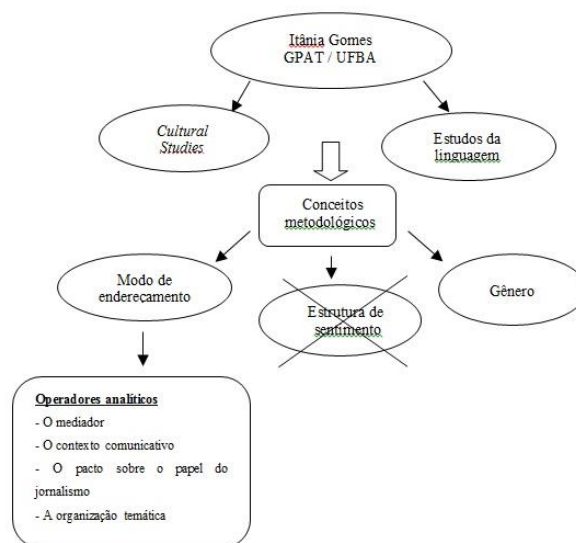


Figura 5: Metodologia de estudos de análise de telejornalismo

A seguir, aprofundaremos a discussão sobre os estudos culturais e de linguagem com base nos estudos de Gomes, além de abordarmos de forma mais detalhada a aplicação dos conceitos e dos operadores analíticos que compõem a metodologia proposta pela autora.

3.1.1 As raízes do método

Os estudos culturais e de linguagem são as “raízes” da proposta metodológica desenvolvida por Gomes. A aliança entre esses dois estudos oferece base ao postulado de que elementos sociais, históricos, ideológicos e culturais estão imbricados no fazer jornalístico. Isto significa que “o telejornalismo é também um produto cultural contemporâneo, marcado social, histórica, econômica e politicamente e participa, no dizer de Stuart Hall, do circuito da cultura” (GOMES, 2006, p. 15). Tal articulação também permite o diálogo entre três elementos primordiais desta metodologia: televisão, jornalismo e recepção televisiva.

Para Gomes (2007), conceber o jornalismo na perspectiva dos estudos culturais implica em adotar duas premissas que se coadunam com o pensamento de Raymond Williams: telejornalismo enquanto “instituição social” e como “forma cultural”.

Compreender o jornalismo enquanto instituição social implica reconhecer seu potencial de reconstrução da realidade “no sentido de que se desenvolve numa formação econômica, social, cultural particular e cumpre funções fundamentais nessa formação” (GOMES, 2007, p. 04). Assim, construir os acontecimentos com base em diversas instituições sociais e torná-los públicos diz respeito ao caráter cultural do jornalismo e não de sua natureza. Desta forma, o fazer jornalístico pode ser entendido também enquanto “forma cultural”, uma vez que construir uma realidade baseada nas várias organizações jornalísticas significa debruçar-se sobre a cultura e não sobre a natureza deste fazer. Logo, deve ser inserido no âmbito histórico, social e econômico, e não somente pelas possibilidades tecnológicas.

Assim, ao chamar atenção sobre as atividades jornalísticas enquanto construtoras da realidade, Gomes dialoga no seu texto com Alsina (1996, p. 18) para quem a “notícia é uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente que se manifesta na construção de um mundo possível”.

Um dos pesquisadores que mais contribuíram com os estudos culturais é Stuart Hall, para quem o jornalismo está intimamente ligado às dimensões técnica, social e cultural. Desta forma, o autor sugere que o jornalismo é um objeto de pesquisa de múltiplas dimensões, logo,

essa prática social deve ser entendida de forma abrangente. Tais práticas se apresentam como elementos-chave para o entendimento não apenas da produção e da circulação dos produtos comunicativos, como principalmente, da recepção destes produtos.

Assim, ao lançar um olhar investigativo sobre o ato receptivo do produto televisivo, a autora entende que é necessário não apenas tomar o discurso como prática social, mas aceitar que essa recepção deva ser analisada também a partir de um conceito semiótico de interpretação, especialmente na matriz *peirceana*, proposto por Umberto Eco. Tal assertiva se deve ao fato de que as “mensagens são organizadas e consumidas através de operações de códigos” (GOMES, 2002, p. 169). Estes “códigos” a que Gomes se refere, também conhecidos como “signos”, devem ser submetidos a um processo de racionalização para que sejam “decifrados” e a mensagem recebida. Daí a importância dos estudos da linguagem, pois esses estudos permitem lançar um olhar minucioso sobre esse processo de “decodificação dos signos”.

Para nós, a linguagem também vai além da própria palavra em si. Não é apenas a fala que nos remeterá a linguagem. Na análise de nossos objetos, consideramos que o corpo fala e, conseqüentemente, ele também se constitui enquanto linguagem. Gestos, expressões faciais, movimentos, podem ser importantes aliados da linguagem oral, e se usados fora do contexto a que se propõe, podem contradizer o discurso do jornalista. Assim, os aspectos comunicacionais do jornalismo não podem ser esquecidos, especialmente quando são produzidos na televisão, e acompanhados de diversos elementos que visam sensibilizar o telespectador.

Desta forma, dedicar atenção aos estudos da linguagem significa “ultrapassar a noção de decodificação dos textos (massivos), ou de uma semiótica dos códigos, de uma análise interna ou imanente da obra e pensar em noções mais próximas de uma pragmática da comunicação.” (GOMES, 2007, p. 19)

Nos processos de noticiabilidade, a linguagem é um elemento primordial na construção dos sentidos. Fausto Neto (2005, p. 14) dialoga bem com essa questão ao mostrar de que forma o jornalismo lida com a representação do real. Para ele, a linguagem se configura como “grande “reservatório” onde se gestam os processos de produção de sentido”.

Então, entendemos que a linguagem usada pelos telejornalistas, em conformidade com outros dispositivos de sentido desse meio, se constitui como elemento essencial na construção de sentido. É no âmbito desse complexo processo noticioso que a enunciação se vale de estratégias e resulta na representação da realidade.

Nesta perspectiva, Gomes uniu princípios dos estudos culturais aos de linguagem, que indicam que para que a recepção aconteça com sucesso, é necessário ir além da decodificação de textos. Deve-se lançar atenção também aos processos de interpretação por parte dos espectadores, pois essa questão remete à ideologia. ““É a preocupação dos Estudos Culturais com as relações entre linguagem e ideologia que os leva [os investigadores ingleses], progressivamente, ao interesse pelo receptor.” (GOMES, 2002, p. 167)

Ao adotar os estudos culturais e da linguagem – a partir das premissas que entendem o jornalismo como instituição social e forma cultural - Gomes propõe ainda para a aplicação de seu método a articulação de três conceitos metodológicos: estrutura de sentimento, gênero televisivo e modo de endereçamento. Estes conceitos servirão de “instrumentos para trabalhar materiais empíricos.” (GOMES, 2007, p. 04)

Tais conceitos, apesar de possuírem a mesma origem – pois “nasceram do esforço da análise cultural” (GOMES, 2007, p. 14) -, podem ser trabalhados de forma independente. Assim como Raymond Williams, autor que trabalhou durante anos esses conceitos e depreendeu-se de “estrutura de sentimento” anos depois, iremos igualmente neste trabalho nos desligar de tal. Acreditamos que a aplicação do conceito de modo de endereçamento juntamente com o de gênero nos oferecerá sustentação suficiente para uma análise criteriosa da nossa pesquisa.

3.1.2 Principais conceitos: gênero televisivo e endereçamento

Analisar o gênero e o modo como um telejornal se endereça ao seu público, significa observar as estratégias de comunicabilidade que interligam a produção à recepção, e se apresentam como conceitos importantes para a análise do produto televisivo, como propõe Gomes:

Os conceitos de gênero televisivo e de modo de endereçamento devem guiar o exame concreto do telejornalismo, considerado, no primeiro caso, a partir da existência de relações sociais e históricas entre as formas que o telejornalismo assume ao longo do tempo e as sociedades em que essas formas são praticadas; no segundo caso, a partir do modo como um programa específico se relaciona com seus telespectadores a partir da construção de um estilo e, ao fazer isso, configura e reconfigura o próprio gênero. (GOMES, 2006, p. 01)

O conceito de gênero televisivo é o principal ponto de convergência entre os *Cultural Studies* e os Estudos da Linguagem, e se apresenta como uma tentativa de classificação do

produto midiático a partir de suas relações históricas e sociais no recorte territorial, temporal e cultural na sociedade ao qual está inserido, como exposto anteriormente.

Ao se apresentar enquanto “estratégia de interação” (GOMES, 2007, p. 19), o gênero permite ao receptor se situar diante de sua relação com o programa ou meio de comunicação.

É na articulação, portanto, entre os elementos próprios da linguagem televisiva, do fazer jornalístico e da representação da cultura que acreditamos que se dê a configuração de um *gênero ou subgênero* específico dentro da programação televisiva e, em consequência, os modos como ele, enquanto uma *estratégia de comunicabilidade* ou *estratégia de interação*, se endereça aos seus receptores. (GOMES, 2007, p. 20, grifos do autor)

Ao propor a adoção do conceito de gênero televisivo em sua metodologia, Gomes acredita que este servirá como ponto de apoio ao analista na perspectiva de familiarizá-lo com as questões de normas, ideologia e valores ligados ao jornalismo como instituição. De tal forma, a autora reconhece, com base nos estudos de Raymond Williams, que “um gênero é um modo de situar a audiência televisiva (ou os leitores), em relação a um programa, em relação ao assunto nele tratado e em relação ao modo como o programa se destina ao seu público” (GOMES, 2002, p. 03). Daí o fato do gênero ser entendido como uma estratégia de interação ou comunicabilidade, pois ele servirá como guia de orientação ao telespectador sobre “as regularidades e especificidades” do produto jornalístico, podendo gerar interesse e expectativa no âmbito da recepção.

Gomes ressalta ainda a existência de variações dentro do gênero televisivo, classificados como subgêneros ou formatos. Duarte e Castro (2007, p. 15) também chamam atenção para a questão dos subgêneros. Para elas, os subgêneros seriam “atualizações de um gênero, que podem se manifestar sob diferentes tipos de produtos televisuais”. Neste sentido, os subgêneros, seriam micro-categorias instaladas numa estrutura macro: os gêneros. Ou seja, dentro do gênero televisivo se encontrariam as sub-categorias: programas, jornais, ficção, etc. Então, o objeto analisado nesta pesquisa se caracteriza como gênero televisivo, e o subgênero, jornalístico.

Assim como o gênero, o “modo de endereçamento” também aborda a relação do programa com seus telespectadores.

Segundo Gomes (2007, p. 15), o conceito de modo de endereçamento se refere ao “modo como um determinado programa seleciona sua audiência a partir da construção de um

estilo.” Este conceito dará pistas sobre como o telejornal dialoga com seus telespectadores e de quais elementos ele se vale na busca pelo processo de interação.

Ao dialogar com os estudos de Daniel Chandler, a autora afirma que aspectos sociais, textuais e ideológicos estão intimamente correlacionados ao processo de endereçamento. Assim, observar apenas os aspectos visuais de um objeto, não será suficiente para uma análise concreta do seu modo de endereçamento. É preciso entender seu contexto, seu percurso histórico, a ideologia do grupo que o comanda, dentre outros.

Da mesma forma, Gomes (2007) faz interagir com o endereçamento:

O contexto textual, que inclui as convenções de gênero e a estrutura sintagmática, o *contexto social*, que diz da presença/ausência do produtor do texto, da composição da audiência, de fatores institucionais e econômicos, e os *constrangimentos tecnológicos*, que se referem às características de cada meio. (GOMES, 2007, p. 21-22).

O tipo de linguagem – formal ou informal - empregada no texto jornalístico; linha editorial; aspectos visuais de vinhetas e artes; tipo de conteúdo; produção de matérias; entrevistas; edições de vídeos; formatação dos blocos; disponibilização, ou não, de contatos diretos com a produção do telejornal; cenário; a disposição dos apresentadores durante as exibições, se há interação entre ambos; se é permitido emitir opiniões; a relação da empresa com a tecnologia, etc., tudo isso serve de “pistas” para identificar o modo como um produto televisivo se endereça ao seus espectadores.

Quando identificamos o estilo ou o tom de um programa, estamos também revelando o modo como mantém contato, endereça seu conteúdo para determinados receptores, daí a nomenclatura “modo de endereçamento”.

Acreditamos que entender as complexidades do corpo televisivo de uma forma abrangente vai além de analisar seus gestos e atitudes de efeitos imediatos. Não é o sorriso posto de forma estratégica para cativar o público, ou um ar de seriedade colocado numa nota de desculpas, nem muito menos um convite para conhecer “nossa redação”, que concretizará por si só as operações de produção de sentido geradas por um programa televisivo. Entender o momento em que tal programação foi criada, seu histórico, como se dá a relação da empresa ao qual pertence junto aos espectadores, qual a representação que ela possui junto à sociedade, assim como reconhecer os aspectos internos, como ideologia da empresa, quais as estratégias traçadas no formato desta programação, para quais segmentos sociais aquela linguagem é produzida, etc., são alguns dos pontos que devem ser levados em consideração ao

se analisar um objeto de investigação que se situe no âmbito da comunicação, em especial, o telejornalismo.

Então, compactuando com Gomes ao entender que “a análise do modo de endereçamento associada ao conceito de gênero televisivo deve nos possibilitar entender quais são os formatos e as práticas de recepção solicitadas e historicamente construídas pelos programas jornalísticos televisivos” (GOMES, 2007, p. 20), adotaremos tais conceitos como pontos norteadores de nossa metodologia. Da mesma forma, adotaremos os operadores analíticos oriundos do modo de endereçamento, que são entendidos pela autora como “lugares” para onde o pesquisador deve lançar seu olhar de observação. Tais operadores são: mediador, pacto sobre o papel do jornalismo, contexto midiático e organização temática, que apresentamos em seguida.

3.1.3 Operadores analíticos: mediador, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática

Na tentativa de buscar elementos para análise dos processos enunciativos dos corpos midiáticos do principal telejornal do país, buscaremos articular quatro operadores analíticos referentes ao modo de endereçamento, conforme proposto por Gomes (2009), a saber: mediador, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática. Esses operadores são entendidos como “lugares de observação” (GOMES, 2009, p. 80) que devem nortear o pesquisador durante sua análise.

Para Gomes, a análise de telejornais, no âmbito do endereçamento, deve ultrapassar as observações voltadas apenas para os aspectos semióticos próprios da TV. Desta forma, ela faz uma articulação entre os quatro operadores analíticos, ressaltando que eles “não se trata(m) de categorias de análise, na medida mesmo em que não são excludentes e não são exaustivos, e nem se organizam a partir de quaisquer regras externas ao programa telejornalístico objeto de análise.” (GOMES, 2007, p. 24) Ainda neste sentido, a autora relembra que tais operadores se articulam entre si, por isso, devem ser observados em sua conjuntura.

Nesta perspectiva, esses “lugares” de observação servirão de complemento à articulação dos elementos semióticos, próprios da construção da identidade do telejornal (como artes visuais, cenário, edição, exibições ao vivo, e até mesmo as significações do corpo televisivo, elemento central de nossa análise) junto aos elementos externos (culturais, sociais, e principalmente discursivos, pois “a análise do texto verbal, por sua vez, deve revelar as

estratégias empregadas pelos mediadores para construir as notícias, interpelar diretamente a audiência e construir credibilidade.” (GOMES, 2007, p. 23)

Após trazer luz sobre o que são e quais são os papéis dos operadores de análise em sua metodologia, apresentaremos a seguir o conceito de cada um:

1. O mediador - O mediador, em geral, é o profissional mais conhecido pelo público. Numa linguagem metafórica, o mediador é a “vitrine” do telejornal, pois é ele quem faz a “ponte” e mantém a interação entre público e programa. É o mediador quem interpela diretamente o receptor trazendo informações, convidando-o à participação, se desculpando por informações erradas e servindo de “porta-voz” sobre o que acontece no mundo.

Nesta perspectiva, apresentadores, repórteres, comentaristas, colunistas, enviados especiais, correspondentes e outros profissionais do jornalismo que mantém relação direta com os receptores, ou seja, “mediam” a comunicação, são considerados mediadores.

Estes profissionais, também aqui entendidos como atores discursivos, se responsabilizam pela “delegação da enunciação, da proposição, modulação, gradação e manutenção do tom a ser conferido a um produto televisual” (GOMES, 2009, p. 61-62), daí a importância de elencar a figura do mediador como um operador analítico indispensável na missão de analisar os modos de endereçamento de um telejornal.

Para compreender o modo de endereçamento, é fundamental analisar quem são os apresentadores, como se posicionam diante das câmeras e, portanto, como se posicionam para o telespectador. Mas o modo de endereçamento diz respeito também aos vínculos que cada um dos mediadores (âncoras, comentaristas, correspondentes, repórteres) estabelece com o telespectador no interior do programa e ao longo da sua história dentro do campo, à familiaridade que constrói através da veiculação diária/semanal do programa, à credibilidade que constrói no interior do campo midiático e que “carrega” para o programa, ao modo como os programas constroem a credibilidade dos seus profissionais e legitimam os papéis por eles desempenhados. (GOMES, 2007, p. 24)

Apesar de considerarmos o que fala Fausto Neto (2008) sobre a fragilidade do poder de mediação dos jornalistas na sociedade em vias de midiaticização - marcada pela descentralização da produção jornalística - acreditamos que os jornalistas, em especial os apresentadores, ainda detém o poder da mediação, uma vez que são eles que constroem elos de “ligação entre o telespectador, os outros jornalistas que fazem o programa e as fontes.” (GOMES, 2007, p. 24). No Jornal Nacional, por exemplo, apesar de o noticiário procurar estreitar os laços de relacionamento com seus telespectadores ao abrir diversos canais de

relacionamento na rede (*facebook, twitter, e-mail e site*) e, ao mesmo tempo, dar voz a estes interagentes, Patrícia Poeta e Willian Bonner se expressam de forma a evidenciar, através de seus discursos e posturas, que continuam “no comando” daquele telejornal. Por detrás da bancada que os separa dos telespectadores, eles parecem dizer aos telespectadores: “nós evoluímos, queremos ouvi-lo melhor, por isso estreitamos nosso canal de contato, mas continuamos com o poder da enunciação. Somos nós quem noticiamos.”

Neste sentido, propomos nossa hipótese de investigação: Em que pese o poder de mediação dos jornalistas vir gradativamente perdendo força com a conversão dos atores sociais em “jornalistas-colaboradores” na “sociedade em vias de midiática”, o Jornal Nacional se utiliza de mecanismos para minimizar a presença destes atores sociais em seu funcionamento tecno-discursivo, pela via da adoção de estratégias discursivas para preservar o seu lugar de mediador nos moldes da “sociedade dos meios”, como forma de continuar a exercer a autoridade conquistada de principal telejornal do mercado midiático televisual brasileiro.

Também conhecidos como “Guardiões do Contato” (Verón, 2003), os mediadores se utilizam de estratégias discursivas para interpelar a audiência. O texto verbal em si, funciona apenas como base dessa comunicação. Mais do que escrita, a notícia na TV é submetida a um processo de “atorização” (FAUSTO NETO, 1997), na qual os comunicadores recorrem a *performances* a fim de seduzir o telespectador e atraí-lo pela emoção.

A noção de *performance*, tal como utilizada no teatro, tem sido um importante recurso descritivo para este operador analítico. A noção põe em relevo o caráter interpretativo do desempenho dos atores, dos mediadores televisivos: o ator representa *a partir de seu próprio corpo*, de suas próprias características, mas ele desempenha um *papel*. A performance do mediador é um aspecto central dos modos de endereçamento dos programas telejornalísticos. (GOMES, 2007, p. 25, grifo nosso)

Movimentação no estúdio, expressões faciais, ênfases orais, e até mesmo a encenação da naturalidade ao interagir com outros profissionais do telejornalismo fazem parte deste exercício de representação. Assim como os atores, os telejornalistas usam seus corpos como instrumentos de comunicação. Daí a importância de analisar a contribuição do corpo televisivo nos processos enunciativos.

Desta forma, analisar a *performance* e o discurso dos mediadores do Jornal Nacional - em especial de Cid Moreira, Sérgio Chapelin e Marcos Hummel (situados na “sociedade dos meios”) e os de Patrícia Poeta e Willian Bonner (inseridos na “sociedade em vias de

mediatização”) -, nos possibilitará entender de que forma o fenômeno da mediatização influencia na desenvoltura das corporalidades no processo de produção de sentido das notícias. Além disso, analisar o desempenho performático desses apresentadores nos trará luzes acerca das estratégias corporais e enunciativas de que se valem estes profissionais (cada um com suas especificidades) a fim de reforçar o discurso da empresa jornalística que representam nos momentos históricos precisos.

2. O contexto comunicativo – Como o próprio nome sugere, este operador analítico se refere ao “cenário” em que a programação televisiva está inserida. Este contexto compreende tanto a esfera da emissão, quanto da recepção. Analisar o contexto comunicativo em que se situa um telejornal significa não apenas compreender o ambiente físico e social em que ele se encontra, mas entender também qual o tipo de relação que este programa mantém com seus telespectadores. Para Gomes (2007), o cenário do telejornal, a postura dos apresentadores, o modo como eles interagem entre si e com o telespectador (a exemplo do típico “Bem amigo da Rede Globo”, bordão criado pelo comentarista Galvão Bueno que ultrapassou o “mundo televisivo” e migrou para as conversas do cotidiano) são exemplos de elementos fundamentais que estão presentes no contexto comunicativo.

Este operador de análise requer uma observação sistemática por parte do pesquisador, pois compreende aspectos concretos e abstratos, já que “a comunicação tem lugar em um ambiente físico, social e mental partilhado” (GOMES, 2007, p. 25).

Nós acreditamos também que perceber as alterações no fluxo das mensagens – onde receptores passam a ser emissores, e vice-versa –, assim como o conteúdo trazidos nestas mensagens, se apresentam como itens relevantes que compõem o contexto comunicativo.

Desta forma, analisar o contexto comunicativo no qual o Jornal Nacional está inserido nos ajudará a enxergar em que ambientação o noticiário se posiciona na sociedade, qual o tipo de relação que ele mantém com seus telespectadores, como os convoca à interação, e de que forma o cenário, os aparatos técnicos, a postura dos apresentadores, e outros elementos do contexto, ajudam a construir os sentidos de corporalidades em ambos movimentos sociais. Através deste “lugar de ver”, analisaremos também de que forma o ativismo dos receptores resultou em mudanças significativas no discurso e no processo de produção da cobertura de ambos os movimentos sociais.

3. O pacto sobre o papel do jornalismo – “A relação entre programa e telespectador é regulada, com uma série de acordos tácitos, por um pacto sobre o papel do jornalismo na sociedade” (GOMES, 2007, p. 26). É a partir deste pacto, da qual Gomes se refere, que o telespectador irá guiar seu conhecimento acerca da programação, e assim, verificar o que dela pode esperar.

Para compreensão do pacto é fundamental a análise de como o programa *atualiza* as premissas, valores, normas e convenções que constituem o jornalismo como instituição social *de certo tipo*, em outras palavras, como lida com as noções de objetividade, imparcialidade, factualidade, interesse público, responsabilidade social, liberdade de expressão e de opinião, atualidade, quarto poder, como lida com as idéias de verdade, pertinência e relevância da notícia, com quais valores-notícia de referência opera. Os recursos técnicos a serviço do jornalismo, ou seja, o modo como as emissoras lidam com as tecnologias de imagem e som colocadas a serviço do jornalismo, o modo como exibem para o telespectador o trabalho necessário para fazer a notícia são fortes componentes da credibilidade do programa e também da emissora é importante dispositivo de atribuição de autenticidade. (GOMES, 2007, p. 26, grifos da autora)

Sendo assim, observar qual tipo de relação que o telejornal promete manter junto aos receptores, o modo como lida com as questões técnicas (edição, emprego das tecnologias, criação de artes), a utilização dos formatos das entrevistas e até mesmo o *script*²² do telejornal são alguns dos elementos que compõem o “pacto” de relação entre telejornais e telespectadores. Para Gomes (2007) as transmissões ao vivo ainda se constituem como o exemplo mais relevante de como os programas televisivos buscam autenticidade diante da audiência.

É através do pacto sobre o papel do jornalismo que os receptores poderão formular suas expectativas acerca das exibições dos noticiários, e assim, poder fazer exigências a partir do que foi “pactuado”. Por exemplo, se um telejornal se compromete em ser imparcial e ouvir todos os lados da notícia, ele deve manter este compromisso, caso contrário, estará quebrando este acordo e assumindo o risco de perder a audiência.

Segundo o dicionário Aurélio (2001, p. 507), “pacto” significa “acordo” entre partes. Ou seja, a terminologia “pacto” nos remete à noção de que existe um contrato firmado entre dois ou mais “lados”. Isto implica dizer que ambas as partes, de forma prévia, estavam cientes sobre um determinado acordo.

²² O *script* é o roteiro de um telejornal, que serve para organizar o tempo, a ordem dos VTs e para situar e manter a equipe sintonizada no desenvolvimento do noticiário.

Em 2011, as organizações Globo divulgaram um documento contendo os princípios editoriais da instituição. Ao noticiar o lançamento deste arquivo, o portal G1²³ (veículo pertencente ao grupo Globo) afirmou que “O texto "Princípios Editoriais das Organizações Globo" descreve as normas e condutas que os veículos do grupo devem seguir para que seja cumprido o compromisso de oferecer jornalismo de qualidade.”²⁴ A divulgação do documento com os princípios editoriais das empresas jornalísticas do grupo também foi registrado pelo Jornal Nacional, o noticiário de maior audiência da emissora.

Na verdade, a divulgação dos princípios editoriais das Organizações Globo se conceitua como um registro sobre o tipo de relação que o jornalismo da Globo pretende manter junto à sociedade. Através deste documento, a emissora procura evidenciar seus princípios jornalísticos. Assim, o texto contendo as premissas das organizações Globo nos servirá de suporte para análise do pacto que o JN mantém com seus telespectadores diante da “sociedade em vias de midiatização”. Da mesma forma, compreender este pacto firmado entre o Jornal Nacional e seus receptores nos dias atuais nos servirá enquanto referência para compreender o tipo de relação que o noticiário mantinha com seu público há trinta anos atrás, na “sociedade dos meios”.

Além disto, a observação sistemática de tal telejornal também nos trará pistas sobre como ele constrói relação de reciprocidade com os receptores com base em suas premissas, normas e valores, a partir do que fala Gomes. Assim como nos possibilitará enxergar de que forma o corpo midiático organiza suas estratégias de enunciação diante de dois momentos distintos do telejornal em questão.

4. Organização temática – Arquitetar um telejornal a partir de suas temáticas significa apostar “em certos interesses e competências do telespectador” (GOMES, 2007, p. 27).

Todo telejornal, independente de ser especializado ou não em uma editoria (política, esporte, entretenimento, policial, etc.) deve seguir um “roteiro” que mantenha a lógica do perfil em que já está inscrito. Como dito, esta lógica - organizada pelos produtores da notícia - busca atrair a audiência através de uma escala de importância das notícias do dia.

Por não possuir exclusividade temática, a análise de um telejornal requer atenção redobrada “e por vezes só pode ser compreendida através da observação do modo específico

²³VER: www.g1.com.br

²⁴VER: [www.http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/08/organizacoes-globo-divulgam-documento-com-principios-editoriais.html](http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/08/organizacoes-globo-divulgam-documento-com-principios-editoriais.html). Acesso em: 08 de agosto de 2014.

de organizar e apresentar as diversas editorias e do modo específico de construir a proximidade geográfica com sua audiência.” (GOMES, 2007, p. 27).

Este operador analítico possibilitará entender de que forma o Jornal Nacional estrutura suas editorias. Esta ordem de importância que o JN confere às notícias também nos guiará para a compreensão de como este telejornal lida com questões como valores-notícia e critérios de noticiabilidade, além oferecer pistas sobre os interesses institucionais, e outros fatores que influenciam no processo de produção da notícia enquanto construção da realidade.

Tal operador nos fará compreender o grau de importância que o Jornal Nacional conferiu aos temas “Movimento das Diretas Já” e “Movimento Passe Livre”, ocorridos em períodos distintos da história brasileira - separados por 30 anos - e que possuem a mesma natureza reivindicativa. Além disso, este operador também lançará luz sobre as ressignificações no fazer jornalístico, na medida em que a relação do telejornal com seus telespectadores ganha novos contornos com a chegada da internet e a instauração do fenômeno da convergência e da midiaticização.

CAPÍTULO 4

CORPORALIDADES NO JORNAL NACIONAL: ANÁLISE DAS COBERTURAS DOS MOVIMENTOS SOCIAIS “DIRETA JÁ” E “PASSE LIVRE”

4 CORPORALIDADES NO JORNAL NACIONAL: ANÁLISE DAS COBERTURAS DOS MOVIMENTOS SOCIAIS “DIRETA JÁ” E “PASSE LIVRE”

“A sociedade que aceita qualquer jornalismo não merece jornalismo melhor”.

- Alberto Dines -

Os movimentos sociais, por possuírem forte valor-notícia - atualidade, notabilidade, conflito, interesse público, etc. - merecem destaque nos telejornais. Com o movimento das “Diretas Já” (1983/1984) e “Passe Livre” (2013) não foi diferente. Contudo, a cobertura desses protestos por parte do principal telejornal do país, o Jornal Nacional, causou revolta aos simpatizantes desses movimentos.

No caso das “Diretas Já”, o JN foi acusado de tentar apagar os protestos que pediam o reestabelecimento das eleições diretas para presidente, compactuando com os interesses dos militares, que obviamente buscavam suprimir o espírito de democracia desse movimento.

Já na cobertura do movimento “Passe Livre”, a revolta contra a cobertura se deu pelo fato de o noticiário tentar desvirtuar o caráter reivindicativo do movimento, com a construção de uma narrativa de “vandalismo” e “medo” para o movimento.

Nos dois casos o Jornal Nacional apenas mudou de discurso após ser alvo de críticas por parte dos atores sociais. Para tanto, se valeu de estratégias de apagamento do discurso de vandalismo e introdução dos objetivos do movimento, ao demonstrar em imagens e falas as diversas demandas dos protestos. Neste viés, o corpo dos apresentadores foi um elemento fundamental para a construção de todas as flutuações discursivas.

Antes de iniciarmos a análise dos sentidos das corporalidades dos apresentadores em ambos os movimentos, buscamos inicialmente compreender melhor o Jornal Nacional. Para tanto, procuramos recuperar alguns dados desse telejornal ao longo de sua história, a fim de compreender de que forma esse telejornal vem buscado construir o seu pacto jornalístico junto aos seus telespectadores, hoje também internautas.

Como corpus de pesquisa, dentro da “sociedade dos meios”, tomamos como objeto de investigação matérias sobre as “Diretas Já” divulgadas em três edições do Jornal Nacional: 29 de março de 1983 (divulgação da primeira matéria sobre o assunto, Sérgio Chapelin); 25 de janeiro de 1984 (quando o JN noticiou o movimento como comemoração ao aniversário de

São Paulo, cujo locutor foi Marcos Hummel) e 10 de abril de 1984 (momento em que JN mudou seu discurso e realizou uma ampla cobertura dos protestos, com apresentação de Cid Moreira e Marcos Hummel).

Já na perspectiva da “sociedade em vias de midiaticização”, tomamos como objeto de investigação o corpo dos apresentadores do Jornal Nacional, no ano de 2013, William Bonner e Patrícia Poeta na mediação das notícias relacionadas ao movimento “Passe Livre” exibidas nos dias: 06 de junho (primeira matéria sobre o assunto), 12 de junho (quando foi divulgada uma matéria construída sob a narrativa de vandalismo e de risco de morte) e 17 de junho (dia em que a Rede Globo fez uma cobertura exaustiva sobre o movimento, após pressão popular, buscando se explicar perante a população através de um editorial da emissora, lido por Patrícia Poeta).

As edições escolhidas explicitam o percurso de mudança ao qual o discurso do Jornal Nacional foi submetido – indo desde a visão inicial do noticiário sobre os fatos às mudanças subsequentes em face às pressões dos movimentos.

4.1 Jornal Nacional: história e pacto discursivo

Para resgatar alguns elementos da história e do discurso do telejornal de maior audiência no Brasil, bem como construir o nosso olhar analítico, nos apoiaremos neste momento em materiais institucionais publicados pelo Projeto Memória das Organizações Globo - dentre outras fontes -, a fim de resgatar o passado das empresas de comunicação do grupo Marinho, que por vezes é reconstruído aqui a partir de sua própria ótica.

O Jornal Nacional foi ao ar pela primeira vez no dia 1º de setembro de 1969, e não se consolidou enquanto o principal telejornal do país por acaso. Inspirado no padrão norte-americano de jornalismo, o JN manteve desde o início do seu projeto o compromisso de dialogar constantemente com a tecnologia. Talvez seja esse um dos principais elementos que o impulsionou a ser “o conjunto mais bem-acabado de marcas que caracterizam um telejornal no Brasil.” (GOMES, 2005, p. 01)

Criado com o intuito de ser o principal concorrente do Repórter Esso²⁵ e de inserir uma nova linguagem no telejornalismo brasileiro, o JN tinha como principal missão integrar o país através da notícia (MEMÓRIA GLOBO, 2004). Aliás, foi justamente o fato de ser o

²⁵ Noticiário histórico do rádio e da televisão brasileira. Na TV, o Repórter Esso era transmitido através da TV Tupi, onde finalizou sua contribuição com a emissora no ano de 1970.

primeiro telejornal em rede do Brasil que rendeu ao noticiário o nome que carrega até hoje. Desta forma, toda a equipe deveria ter em mente que o valor-notícia que nortearia o noticiário seria a relevância nacional.

As matérias deveriam ser de interesse geral e não regionais ou particularistas. Os assuntos tinham que chamar a atenção tanto do telespectador de Manaus quanto de Porto Alegre. Era necessário não superdimensionar uma região em detrimento de outra, pensar sempre em como determinada nota poderia repercutir em estados diferentes. Num país continental, com tantas diferenças regionais, era uma tarefa difícil, e a equipe teve que ir aprendendo aos poucos. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 39)

Para Lins da Silva (1985), o nome do noticiário incita o espírito patriota não por casualidade. Criado no seio da ditadura militar, durante o governo do general Costa e Silva, o “telejornal da nação” se constituiu enquanto mais um instrumento de apoio da Rede Globo ao projeto de integração nacional, desenvolvido pelos militares. Na contramão deste apoio que era oferecido, a emissora teria a cobertura dos militares, que através de suas influências e poderes isentaria a Rede Globo de muitas acusações, como no caso da Time-Life. Na ocasião, Carlos Lacerda fez uma denúncia afirmando que a emissora havia sido inaugurada com investimentos do capital estrangeiro, ato que feria o artigo 160 da Constituição brasileira. Foi graças ao investimento no valor de 300 milhões de cruzeiros advindos da empresa norte-americana, que a TV Globo já surgiu como uma das principais emissoras do país, e em pouco tempo ganhou notoriedade no mundo inteiro.



Figura 6: Roberto Marinho resolve quebrar contrato com a Time-Life após ser absolvido por denúncia de acordos ilegais²⁵

²⁶ Fonte: Site Memória Globo

Com o apoio dos militares, a emissora foi absolvida da denúncia e, então, o empresário Roberto Marinho decidiu quebrar o contrato de assistência técnica com a Time-Life. Em que pese, o investimento da empresa norte-americana rendeu bons frutos à TV Globo, como por exemplo, altos investimentos em aparatos tecnológicos, que proporcionou à empresa de comunicação lançar o primeiro telejornal em rede do país – o JN – que se fortaleceu enquanto um instrumento do projeto de integração social, tão primado pelos militares.

Entre 16 de junho de 1962 a 12 de maio de 1966, a TV Globo recebeu do grupo Time-Life um total de US\$ 6.090.730,53 o que era equivalente, a câmbio de maio de 1966, a mais de Cr\$10,120 bilhões. É preciso considerar, porém, na análise dessas cifras que a expressão do mercado, publicitário e da receita da emissora de televisão, naquela época, era muito menor que atualmente. O ingresso de mais US\$ 6 milhões numa emissora de televisão tinha, na época, muita expressão. A Globo e seu associado norte-americano mobilizaram todos os recursos necessários para uma montagem impecável da emissora. (HERZ, 1991, p.193)

Apesar de tentar apagar de seu passado a aliança com o regime autoritário, fato que lhe rendeu o apelido de “porta-voz da ditadura”, registros de entrevistas concedidas pelos militares ao JN deixam claro a satisfação dos ditadores com o trabalho desempenhado pelo telejornal, que se dizia “imparcial”. Um exemplo deste fato se encontra na declaração do ex-presidente Emílio Garrastazu Médici, divulgada pelo Jornal nacional em março de 1973:

Sinto-me feliz todas as noites quando ligo a televisão para assistir ao jornal. [...] Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se eu tomasse um tranqüilizante, após um dia de trabalho. (LIMA, 1985, p. 36).

O poder de alcance da Rede Globo foi substancial para o fortalecimento de uma mensagem de otimismo desenvolvimentista, da qual se alimentaria a legitimação do autoritarismo (MONTEIRO, 2009). E o Jornal Nacional, valendo-se da missão de integrar o país, seria o principal elo existente entre o povo e a ditadura.

Numa espécie de contradição, ao mesmo tempo em que buscava cobrir as diversidades de acontecimentos das cinco regiões do país e integrá-lo, a equipe de direção e coordenação do noticiário buscou soluções para suavizar as diferenças nos regionalismos presentes nas falas dos repórteres. Divididos entre respeitar a regionalização – através da criação dos telejornais locais – e buscar uma integração nacional, a equipe do novo telejornal

precisou criar uma padronização na fala dos repórteres. Se consolidava, então, mais uma iniciativa do Padrão Globo de Qualidade, desenvolvido pela equipe de marketing da Rede Globo, e que trouxe repercussões nos cuidados técnicos, nos códigos e nas formas jornalísticas do telejornalismo e de sua programação como um todo.

Com o fortalecimento cada vez maior do telejornalismo local, a Central Globo de Jornalismo (CGJ) criou nos anos 80, através da Central de Afiliadas²⁷, o Projeto de Desenvolvimento do Telejornalismo das Afiliadas (Prodetaf). O projeto tem como objetivo “levar a todas as afiliadas o padrão de qualidade da Globo a fim de que pudessem participar do *Jornal Nacional*, o que sempre foi motivo de prestígio para o profissional, sua equipe e a própria afiliada.” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 122) Dicção, vestimentas, arquitetura do texto das notícias, postura de repórteres e apresentadores em vídeo, e outros modelos de conduta se tornariam pontos norteadores do trabalho das afiliadas da emissora.

A preocupação em tornar o jornalismo da TV Globo um modelo a ser seguido vem desde os anos 70, quando Alice-Maria e Armando Nogueira produziram um pequeno manual com “seis páginas mimeografadas, que traziam algumas regras sobre como escrever para televisão” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 62). Essas “normas de conduta” da emissora foram se aprimorando com o tempo, e o documento mais recente publicado pela empresa, e que serve como guia prático dos jornalistas, é o “Princípio Editorial das Organizações Globo²⁸”, lançado no ano de 2011. Tal publicação, que tem como um dos principais objetivos facilitar o “juízo do público sobre o trabalho dos veículos” (PRINCÍPIOS EDITORIAIS, 2011), foi divulgada ao vivo durante a edição do *Jornal Nacional* no dia 06 de agosto daquele ano, mas não convenceu a muitos críticos da mídia sobre o real compromisso da emissora com a ética. É justamente por gerar este debate, que nos apoiaremos nesse documento para analisar de que forma o JN constrói seu pacto discursivo junto a seus receptores, e verificar se os preceitos defendidos pela emissora são condizentes com as práticas jornalísticas deste telejornal.

Talvez a isenção jornalística seja um dos pontos altos das discussões quando o assunto é o discurso midiático. Premissa de responsabilidade e de compromisso das mídias, a imparcialidade no tratamento da notícia já foi apontada por teóricos e estudiosos da comunicação como uma utopia. Isto porque apesar de pregarem um discurso de idoneidade, as mídias tomam suas decisões com base em interesses próprios, quase sempre de caráter mercadológico.

²⁷ Atualmente a TV Globo possui 122 afiliadas espalhadas pelo país e apenas cinco emissoras sedes, ou filiadas, localizadas nas cidades de: São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Recife e Belo Horizonte.

²⁸ Documento disponível na íntegra nos anexos deste trabalho.

As Organizações Globo, por exemplo, se contradizem ao divulgar em seus princípios editoriais que “O Grupo Globo será sempre independente, apartidário, laico e praticará um jornalismo que busque a isenção, a correção e a agilidade” (PRINCÍPIOS EDITORIAIS, 2011) logo após questionar se “é possível ter 100% de isenção? – a resposta é um simples não” (Ibdem, 2008).

Apesar de ser alvo constante de críticas - e talvez por isto vir perdendo índices no Ibope²⁹ - o Jornal Nacional continua sendo o jornal de maior audiência no Brasil e com mais tempo em exibição no país. É esta grande visibilidade que impulsiona o “sistema de resposta social” de que fala Braga (2006). Ao atribuir um sentido social aos discursos midiáticos, os receptores da notícia poderão desencadear um debate frutífero e participativo. É esta visão mais crítica por parte dos atores sociais que exige dos noticiários pedidos de desculpa, retratações, esclarecimentos ou até mesmo uma mudança no tratamento das matérias. Este sistema de interação ganhou forças na “sociedade em vias de midiatização” graças às possibilidades que têm a sociedade de obter mais informações sobre os fatos, em função do aumento dos meios informativos, como internet, e da facilidade que esta tem de impulsionar o acesso a informações devido o acesso às tecnologias. Porém, mesmo que de forma tímida, na “sociedade dos meios” os atores sociais já buscavam através de cartas, passeatas, círculos sociais, etc, dialogar de forma mais próxima com as empresas de comunicação e questionar certos posicionamentos. Foi assim nos anos 83 e 84, quando a TV Globo sofreu a primeira grande pressão popular após tentar amenizar a amplitude e a força que tomara o movimento das “Diretas Já”, como abordaremos mais adiante.

De qualquer maneira, reconhecer os erros é um dos “mandamentos” trazidos nos princípios editoriais da emissora: “Os erros devem ser corrigidos, sem subterfúgios e com destaque. Não há erro maior do que deixar os que ocorrem sem a devida correção” (PRINCÍPIOS EDITORIAIS, 2011). Deslizes históricos como o debate entre os então presidenciais³⁰ Fernando Collor de Melo e Luiz Inácio “Lula” da Silva, em 1989, e o a própria cobertura das manifestações das “Diretas Já”, objeto de investigação deste trabalho, são reconhecidos como erros cometidos pela empresa. Não obstante, esse sentimento de *mea culpa* é reflexo da forte pressão popular, que exigiu da emissora uma retratação pelos seus equívocos.

²⁹ Segundo dados do Ibope, o Jornal Nacional teve uma queda de 12% nos índices de audiência de 2013 para 2014, passando de 29 pontos para 24,5 pontos na média do país. Fonte: <http://celebridades.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2014/05/19/jornais-da-globo-band-e-sbt-caem-so-record-sobe-no-ibope.htm>. Acesso em: 10 de março de 2015.

³⁰ A TV Globo foi acusada de ter favorecido Fernando Collor de Melo tanto na angulação dos momentos selecionados numa matéria exibida na edição do dia posterior no Jornal Nacional, quanto no tempo no tempo destinado a cada candidato, onde o candidato do PT teve um minuto e meio a menos de exposição.

No site do Jornal Nacional, na aba “história”, é possível encontrar no final da página, longe do conteúdo principal, links indicando os erros e seis possíveis casos de falsas acusações sofridas pela emissora, que tenta se justificar no conteúdo divulgado em cada link.

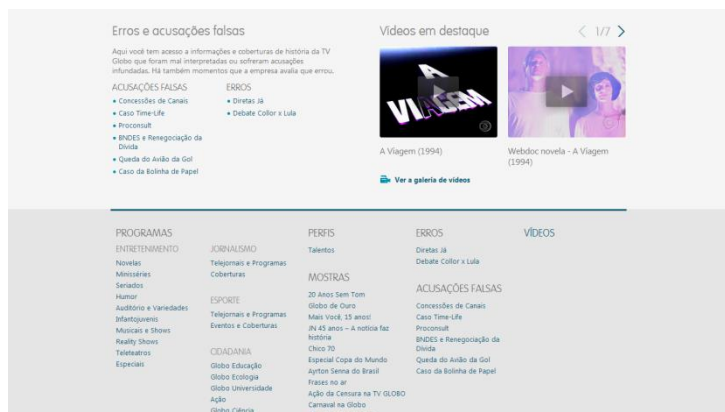


Figura 7: Site da Globo reconhece “Diretas Já” e “Debate Collor x Lula” como erro³⁰

De acordo com os princípios editoriais da emissora, corrigir informações erradas significa manter a credibilidade do veículo:

Correção é aquilo que dá credibilidade ao trabalho jornalístico: nada mais danoso para a reputação de um veículo do que uma reportagem errada ou uma análise feita a partir de dados equivocados. Não há fórmula, e nem jamais haverá, que torne o jornalismo imune a erros, porém, quando eles acontecem, é obrigação do veículo corrigi-los de maneira transparente, sem subterfúgios, num movimento que é ele próprio essencial à busca da informação correta. (PRINCIPIOS EDITORIAIS, 2011)

Contudo, a busca pela correção dos erros da emissora se mostra deficiente, na medida em que de um lado ela reconhece a cobertura das “Diretas Já” enquanto falha, e do outro, dentro do próprio site, afirma que “o telejornal, no entanto, jamais omitiu os objetivos políticos do evento” (MEMÓRIA GLOBO³², Acesso em: 13 jan. 2015). Da mesma forma, o JN tentou “maquiar” seus “deslizes” durante a cobertura dos movimentos sociais de junho. Apesar de mudar o tratamento dado às divulgações acerca das reivindicações, o telejornal fez questão de ler um editorial

³¹ Fonte: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional.htm>

³² Ver: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/a-campanha-pelas-diretas-ja.htm>

reiterando o compromisso da emissora com a verdade. Os dois exemplos aqui citados, serão mais desenvolvidos ao longo deste capítulo.

Lins da Silva (1985) lembra que a primeira vez que a TV Globo causou revolta na população por suas coberturas parciais foi em 1982, quando tentou impedir a candidatura de Leonel Brizola ao governado do Rio de Janeiro, tendo seus automóveis apedrejados e seus funcionários agredidos pelos fluminenses.

Outros casos como o da Escola Base³³, ou o da suposta agressão ao político José Serra por manifestantes do PT³⁴ durante campanha política ilustram bem a quebra de promessa da Rede Globo com o pacto que constrói acerca da correção jornalística. Diversos outros exemplos poderiam ser aqui citados, contudo, não se constitui enquanto objetivo deste trabalho elencar tais momentos, mas sim, utilizá-los a nível de ilustração.

A imparcialidade religiosa da emissora é outro preceito apontado pelos Princípios Editoriais das Organizações Globo. O documento informa que “o Grupo Globo é laico, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos” (PRINCÍPIOS EDITORIAIS, 2011). Claro, o grupo se “esforça” para assim ser reconhecido pois, como lembra Alberto Dines, em texto publicado no site do Observatório da Imprensa, uma emissora de TV, “sobretudo a TV aberta, é uma concessão pública, do Estado, e, como tal, não pode estar atrelada a uma religião, muito menos transmitir cultos religiosos ao vivo em versão integral.” (DINES, Alberto. Estado laico esquecido, religião oficial consagrada. 2013. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/estado_laico_esquecido_religiao_oficial_consagrada>. Acesso em: 19 de jan. 2015). Contudo, não é o que percebemos ao lançar um olhar mais crítico sobre o conteúdo religioso divulgado pela TV Globo. O programa mais antigo da emissora é o “Santa Missa”, que desde 1968 transmite a celebração eucarística nas manhãs de domingo. Além disso, grande parte das notícias religiosas divulgadas pelo Jornal Nacional faz menção a decisões do vaticano, declarações do Papa, e até mesmo eventos ligados à religião católica. Em 2013, com a vinda do Papa Francisco ao Brasil, durante a

³³ A partir de acusações precipitadas, a TV Globo, assim como outras emissoras de TV, divulgou amplamente que os donos da Escola de Ensino Base – Icushiro Shimada e Maria Aparecida Shimada – haviam abusado sexualmente de crianças. Após o arquivamento do caso por falta de provas e de terem sido vítimas de “linchamento moral”, os acusados foram inocentados e indenizados pelo Estado e por algumas empresas que veicularam as informações.

³⁴ Segundo matéria no Jornal Nacional, José Serra fazia passeata política nas ruas do Rio de Janeiro quando “foi agredido num tumulto iniciado por militantes do PT”. A matéria mostra ainda depoimento do médico que atendeu o candidato do PSDB afirmando que não foi nada demais mas que recomendou repouso de 24 horas, além de noticiar que a repórter escalada para esta cobertura, Mariana Gross, também havia sido atingida na cabeça e sofrera sangramentos. Porém, alguns anos depois a farsa foi desfeita. O filme “O mercado de notícias” reconstrói o momento em que uma bolinha de papel foi jogada pelo próprio segurança de José Serra, que mostra sentir dores ao levar a mão à cabeça e cancelar o compromisso para fazer exames médicos.

Jornada Mundial da Juventude, os telejornais da emissora chegaram a fazer uma cobertura exaustiva do evento, mostrando com riqueza de detalhes o dia-a-dia do Papa no país. A edição do Jornal Nacional do dia 22 de julho dedicou quase 20 minutos do noticiário à cobertura da recepção brasileira ao pontífice. Ao ler uma das cabeças³⁵ das matérias, Patrícia Poeta afirma que todos os cidadãos brasileiros ficaram impressionados com a simplicidade de Francisco. Logo depois, a repórter Mônica Teixeira reitera a humildade do Papa em texto caracterizado pela emoção, onde relata que o Sandro Padre não é afeito a formalidades, por isso, andou pelas cidades do Rio de Janeiro num carro de modelo simples, sem luxo, com os vidros abertos e acenando para os moradores da favela. Apesar dos fatos relatados serem verdade e de ter repercussão na sociedade brasileira, a Globo esforça-se para construir uma narrativa de exaltação do catolicismo.

Todavia, com o aumento do número de evangélicos, e com a perda da audiência para canais como a TV Record - comprada pelo bispo evangélico Edir Macedo no final dos anos 80 -, a Rede Globo tem mostrado uma nova forma de se relacionar com outras religiões que não a católica. Tanto o é, que no ano de 2005 o Jornal Nacional apresentou durante uma semana o quadro intitulado “Os evangélicos”, da qual mostrava os projetos sociais promovidos por tal grupo religioso. Porém, durante a apresentação da primeira matéria da série³⁶, a então apresentadora Fátima Bernardes deixou claro que apesar do número de evangélicos ter dobrado, chegando a 15% da população do Brasil, os católicos ainda são maioria, com 73%, por isso as obras da igreja católica ainda possuem maior visibilidade. Só então, o parceiro William Bonner anuncia que a nova série de reportagens irá dar destaques a esses trabalhos comunitários desenvolvidos pela igreja evangélica. Além disso, desde 2011 a Rede Globo exibe em sua programação o Festival Promessas, o maior festival de música gospel do país.

Apesar de constar em seus primeiros passos deslizos éticos, não há dúvidas que a Rede Globo possui uma capacidade técnica de alto nível, afinal, é graças a tecnologia que muitos recursos técnicos são utilizados a favor do produto final transmitido pelos seus telejornais. Cenário, vinhetas e artes gráficas, qualidade de som e imagem, e outros elementos que compõem o telejornal estão diretamente ligados ao desenvolvimento tecnológico. Investir em recursos visuais avançados significa se destacar dos demais concorrentes, mostrar atualidade e poder econômico, além de confirmar o compromisso de oferecer aos receptores materiais de alta qualidade. Por isso, os Princípios Editoriais das Organizações Globo prevê em seu

³⁵ Lide das matérias lido pelos apresentadores.

³⁶ Matéria exibida no dia 27 de maio de 2009.

conteúdo que os veículos do grupo devem sempre investir em tecnologia, e “deverão estar atualizados com o que de melhor houver em maquinaria, equipamentos, softwares e meios de transporte”. O compromisso da emissora com a tecnologia rendeu ao seu principal telejornal, ao longo de sua história, casos de pioneirismo. Foi o Jornal Nacional o primeiro telejornal a fazer transmissão em rede, a montar escritórios no exterior e contar com a colaboração de enviados especiais, a fazer a primeira entrada de repórteres ao vivo, através de um sistema chamado de ENG (Electronic, News Gathering), a dividir a produção de jornalismo em editorias, etc.

A relação do telejornal com os aparatos tecnológicos também trouxe influências sobre os aspectos visuais do noticiário. A chegada da transmissão em cores, nos anos 70, por exemplo, fez com que a Divisão de Engenharia da Rede Globo enviasse engenheiros, coreógrafos, técnicos, maquiadores e figurinistas à Alemanha a fim de estudarem o uso da cor na televisão. Com isto, não só o próprio cenário do telejornal teve que ser repensado, mas também o uso do figurino, da maquiagem e até mesmo as cores dos cabelos dos apresentadores deveriam ter atenção especial. A partir de então, o corpo dos mediadores começa a ser visto sob uma nova ótica, a ótica televisiva, marcada pelo ver, assistir, olhar, e não apenas o ouvir, como acontecia com o rádio:

No começo, empolgados com a novidade, os apresentadores ousavam nas cores e nas padronagens dos ternos. Cid Moreira lembra que chegou a usar paletós verdes, cor-de-abóbora e quadriculados. Mas a euforia do colorido logo passou: em 1975 a direção de jornalismo da Globo designou um profissional especializado para escolher as roupas que locutores e repórteres deveriam usar para aparecer na tela. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 52)

Nesta mesma época a Rede Globo passou a utilizar em seus telejornais o recurso do *teleprompter*, equipamento que acoplado às câmeras de vídeo, e através de um jogo de espelhos, auxilia os apresentadores na leitura dos textos do *script*³⁷ do telejornal. Com a nova aquisição, os mediadores não precisavam mais ler os papéis que seguravam nas mãos, e assim, passavam a divulgar os fatos olhando “diretamente” para a câmera, como se dissessem aos telespectadores: “estou aqui, falando diretamente com você”. Eco (apud SÁ BARRETO, 2013, p. 88) afirma que o mediador olha para a câmera para afirmar “que seu discurso 'acontece' justamente porque a televisão existe”, além disso, o olhar para a câmera significa dar um “tom de verdade” à enunciação. Lembramos também, que a adoção do TP permite aos apresentadores ler textos mais longos, sem se preocupar em se perder em meio a tanta informação.

³⁷ Roteiro do telejornal, também conhecido como TP.

Aquino (2011) também lembra que o Jornal Nacional foi um o primeiro noticiário a apresentar repórteres em vídeo, fato que reforçou a preocupação da equipe com maquiagem, figurino, cabelo, voz e postura dos profissionais de TV.

Com a atenção cada vez mais voltada para o corpo dos mediadores, e a reafirmação da participação destes na construção da notícia, a direção do telejornal achou que este seria o momento ideal para colocar à frente do principal telejornal do país jornalistas formados e revestidos de autoridade para responder sobre os textos que leem. Foi aí então, que em 1996, os então apresentadores Cid Moreira e Sérgio Chapelin foram substituídos por William Bonner e Lillian Witte Fibe. O diretor da Central Globo de Jornalismo, Carlos Henrique Schroder explica o motivo da mudança:

Ter jornalistas como apresentadores dá a possibilidade de improvisar, de intervir no noticiário no momento em que ele está no ar. Permite a realização de entrevistas ao vivo, perguntas a repórteres, a entrevistados. Permite um arredondamento de certas matérias. Esse nunca foi o papel dos locutores, a quem apenas cabia ler o que tinha sido escrito. Por mais competentes que fossem, e eram monstros sagrados da locução, os melhores do país, eles não foram formados para desempenhar o papel dos jornalistas. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 288)

Assim, as belas vozes de locução radiofônica, que acabavam deixando a interpretação do corpo em segundo plano, deram lugar a jornalistas que possuíam a capacidade de atorizar o acontecimento e se envolver com o processo de produção da notícia. Desta forma, os apresentadores, agora âncoras, passariam a incorporar em suas atividades o cargo de editores, podendo então acompanhar de perto a produção do telejornal.

Atualmente, William Bonner além de apresentador assume também o cargo de editor-chefe do telejornal, e Renata Vasconcellos, assume o posto antes ocupado por Patrícia Poeta³⁸: de apresentadora e editora-executiva do JN. O telejornal ainda conta com outros nove apresentadores reservas³⁹, que já possuem experiência com a bancada de outros telejornais da casa. A apresentação do JN acontece sempre em dupla, podendo ser dois homens, ou um homem e uma mulher. A única vez em que tal telejornal foi apresentado por duas mulheres foi no dia 08 de março de 2014, quando Patrícia Poeta e Sandra Annenberg comandaram uma edição especial em alusão ao dia internacional da mulher, deixando claro em seus discursos que aquele momento era histórico.

³⁸ Patrícia Poeta assumiu a bancada do JN em 2011, ao assumir o posto antes ocupado por Fátima Bernardes. Contudo, no final de 2014, Poeta foi substituída por Renata Vasconcellos, atual apresentadora.

³⁹ Alexandre Garcia, Ana Paula Araújo, Carla Vilhena, Chico Pinheiro, Christiane Pelajo, Evaristo Costa, Heraldo Pereira, Sandra Annenberg e William Waack.

A iniciativa da direção do Jornal Nacional, em colocar à frente do telejornal de maior audiência do país jornalistas capazes de responder pelo conteúdo do noticiário, reforça o papel mediador de seus apresentadores, que acabam por criar elos de aproximação com as notícias. Arbitrariamente, mesmo acompanhando de perto o processo de construção destas, os mediadores do Jornal Nacional não emitem opinião sobre os conteúdos divulgados. Apesar de se esforçarem para tal, os apresentadores do JN emitem juízos de valor através de expressões faciais e de ênfases que dão à entonação da voz, o que “os caracteriza como intérpretes da notícia”. (GOMES, 2005, p. 10).

Em um cenário predominantemente azul, os mediadores apresentam de segunda a sábado, às 20h30, durante cerca de meia hora, os principais fatos do Brasil e do mundo. A imagem do globo terrestre por cima da bancada nos lembra a todo instante a onipresença do programa, capaz de atualizar e unir os brasileiros através da notícia.



Figura 8: A imagem do globo terrestre no cenário do JN remonta à ideia de onipresença do telejornal, em cobrir os principais fatos do Brasil e do mundo.³⁹

Os correspondentes internacionais e os enviados especiais⁴¹ são os profissionais responsáveis por manter a promessa de filtrar o que acontece de mais importante fora do território brasileiro. Sempre que estas matérias especiais são chamadas durante a programação do telejornal, os nomes de seus autores (repórter e repórter cinematográfico) são citados no texto, uma forma de enfatizar o mérito destes produtores da notícia e dar legitimidade à cobertura.

Ainda sobre o cenário do JN, mesmo após as diversas mudanças na estrutura física do telejornal ao longo dos anos, a bancada permanece na composição do ambiente noticioso. Diferente do que acontece em outros telejornais da emissora, como o Jornal Hoje e o Jornal da

⁴⁰ Fonte: Google

⁴¹ Repórteres que não estão instalados em determinado país, mas se deslocaram até lá para cobrir um evento específico.

Globo - este último quase tão “engessado” quanto o Jornal Nacional -, que permitem aos apresentadores andar pelo estúdio e interagir com outros mediadores e entrevistados, a bancada do JN se mostra “intocável”. Essa permanência - que vai de encontro às tendências do telejornalismo atual, cada vez mais dinâmico - talvez se insira no fato de que “qualquer mudança no *Jornal Nacional* é muito complicada, pois se trata do principal telejornal da casa e do país” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 288, grifo do autor).

Contudo, a conservação da bancada deste telejornal nos parece uma estratégia de delimitação de território, onde por trás dela só podem permanecer os “guardiões da notícia”, aqueles que detêm do poder da palavra, enquanto que do outro lado encontram-se os receptores, que até podem interagir com a programação, com certas restrições, mas estão ali para ver e ouvir. Nem todas as contribuições dos receptores são absorvidas, do mesmo modo que nem todos os vídeos enviados por colaboradores são utilizados nas matérias. No final das contas, quem dá o apito final e tem voz neste diálogo é o “telejornal da nação”. A elevação da bancada do Jornal Nacional para o espaço mais alto do estúdio, tendo como pano de fundo a redação, revela ainda a imponência do noticiário que “não se “mistura” com o vai-e-vem de jornalistas, como ocorre nos estúdios de outros telejornais da emissora”. (GOMES, 2005, p. 07)

Com uma duração média de meia hora, e dividido em cerca de quatro blocos, o JN mantém a seguinte estrutura: no primeiro deles são apresentados os fatos que geraram maior repercussão durante o dia, que causam mais impacto nos telespectadores e por isso os atraem. As matérias de abertura podem ser de qualquer editoria, mas geralmente pertencem as editorias de política (denúncias e escândalos) e cotidiano (tragédias). No transcorrer do noticiário são divulgadas notícias de caráter econômico, político e social, que estão ali porque são relevantes mas não possuem características de manchete (alto grau de impacto e interesse social e por isso ganha destaque). Já o último bloco é reservado para matérias mais leves, como esportes ou fatos pitorescos da área social. Essas matérias de encerramento, conhecidas como “matérias de boa noite”, visam dar um desfecho mais leve ao telejornal, que já trouxe nos blocos anteriores informações mais densas.

O Jornal Nacional é basicamente composto por reportagens que duram cerca de um minuto a dois minutos e meio⁴² (para matérias especiais), além de notas peladas⁴³ e notas cobertas⁴⁴. O

⁴² Todas as matérias do JN possuem passagem, que é o momento em que o repórter aparece em vídeo, assinando a matéria e trazendo informações que geralmente não poderiam ser cobertas por imagens.

⁴³ Também conhecida como nota ao vivo ou nota seca, a nota pelada é lida pelo apresentador do telejornal, sem imagem de ilustração.

⁴⁴ Nota cuja a cabeça é lida pelo apresentador e o texto seguinte é coberto com imagens. Esta nota pode ser gravada ou ao vivo.

recurso do “vivo” também é utilizado, porém não com frequência. Geralmente os repórteres entram ao vivo para trazer informações sobre acontecimentos de grande relevância que ainda estão ocorrendo - como durante as manifestações de junho de 2013, quando os repórteres apareciam no GloboCop mostrando a dimensão do movimento – ou então quando os enviados especiais possuem informações importantes e que merecem ser divulgadas prontamente.

4.2 Corporalidades no movimento das “Diretas Já”: apagamento e visibilidade

Em maio de 1983, o então Deputado Federal Dante de Oliveira (PMDB) apresentou ao Congresso Nacional uma ementa constitucional que previa o reestabelecimento das eleições diretas para presidente da república, resultando num movimento que ficou conhecido como “Diretas Já” (1983-1984).

Era a maior manifestação política que o Brasil presenciava após quase vinte anos de ditadura militar. Estudantes, políticos, artistas, intelectuais e trabalhadores em geral aderiram ao movimento que tomou proporções gigantescas e uniu o país em busca da queda do regime de exceção.

De fato, aquele acontecimento merecia ser pautado pelos principais jornais brasileiros, pois continha diversos critérios de noticiabilidade, conforme aponta Traquina (2005): relevância, atualidade / novidade, interesse público, proximidade, dentre outros. Em que pese o princípio de compromisso com a “verdade”, a Rede Globo, por estar aliada e submissa às imposições dos militares que governaram o país durante os anos de chumbo (1964-1985) – como já mostrado neste trabalho -, tentou apagar o movimento das “Diretas Já”, ocultando a expressividade das reivindicações, oferecendo quase ou nenhum espaço para entrevistas concedidas pelos líderes da oposição e usando de artifícios de edição de imagens para desfocar a real dimensão dos protestos. A lógica era simples: a TV Globo, através de seu poder de persuasão, tentava apagar o movimento pró-diretas do conhecimento dos brasileiros, prolongando assim os anos de chumbo, e em contrapartida os militares apoiavam a emissora em contratos de licitação, de funcionamento, e investiam em melhorias. Neste cenário, ganhava a ditadura e a TV Globo e perdia o povo brasileiro.

Antes dos anos 80 a Rede Globo já havia se envolvido em outras crises de confiabilidade - como no caso da Time-Life, já citado neste trabalho -, mas foi a cobertura “enviesada” do movimento “pró-diretas” que ganhou visibilidade pública e conseguiu fazer

com que parte dos telespectadores refinassem o olhar acerca da tendenciosidade da emissora dos Marinho.

No dia 29 de março de 1983, desacreditando na espessura do movimento, o Jornal Nacional noticiou pela primeira vez a campanha das “Diretas”, que só seria lançada oficialmente uma semana depois. Quem recebeu a missão de “quebrar o gelo” entre a Rede Globo e o projeto de retomada de eleições diretas foi o apresentador Sérgio Chapelin.



Figura 9: Em março de 1983, Chapelin noticia pela primeira vez a campanha das “Diretas Já” no JN ⁴⁴

Por ser um profissional advindo do rádio e por desempenhar o papel de apresentador de telejornal em um momento no qual a TV ainda estava se descobrindo⁴⁵, Chapelin é o típico “locutor de notícia”, como bem rotula o próprio “Memória Globo”. Movimentos contidos, narração radiofônica em destaque, com recursos de sua potente voz, discretas expressões faciais, enfim, nada tão distinto da apresentação das notícias de outros locutores da época. Eles eram apenas locutores, tinham o papel de “transmitir” a notícia elaborada pelos produtores jornalistas. Assim, apesar da imponência do porte de Chapelin, de suas evidentes virtudes de beleza masculina, fato que possivelmente gerava admiração dos telespectadores, sua locução indicava uma certa “ausência de envolvimento”, ou seja, tinha poucos recursos demonstrativos de uma enunciação mais interpretativa, personalizada.

Era habitual naquela época o fato de apresentadores não possuírem formação na área de jornalismo, aspecto que os distanciava, de certa forma, dos processos de construção da

⁴⁵ Fonte: <http://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja.htm>

⁴⁶Sérgio Chapellin sentou-se pela primeira vez na bancada do Jornal Nacional em 1972, ao substituir o apresentador Hilton Gomes. Em 1983 foi contratado pelo SBT (Sistema Brasileiro de Televisão), mas retornou à bancada do JN em 1989 e só saiu de lá em 1996, quando ele e Cid Moreira foram substituídos por Willian Bonner e LillianWitteFibe

notícia. Assim, na hora de informá-las ao público, podia-se perceber pouco envolvimento com o conteúdo dito.

Na década de 80, apesar de já se conhecer melhor o emprego das cores na tevê, os tons que compunham a “fachada”⁴⁷ dos noticiários (GOFFMAN, 1985), bem como o figurino dos apresentadores, eram de tons sóbrios, como cinza, bege e nude. Desta forma, o tímido emprego de recursos visuais e tecnológico além da limitada atorização do acontecimento fazia com que o espetáculo midiático (ROSÁRIO, 2006) perdesse forças na “sociedade dos meios”.

Contudo, é possível perceber nas vestes dos apresentadores, bem como em suas posturas na bancada, certo ar de elegância. À frente do Jornal Nacional, Sérgio Chapelin deixa transparecer esse cuidado com a aparência não só através de suas vestes, mas também no cabelo bem cortado e penteado, que obviamente, é exigido pela emissora, mas sofre influência dos gostos pessoais de cada apresentador. Hoje, trinta anos após sair da bancada do JN, Chapelin continua deixando transparecer nas suas apresentações no Globo Repórter⁴⁸ um porte “sofisticado” de apresentação. Em que pese o aparecimento de alguns fios brancos, uso de óculos de grau em alguns momentos - o que denuncia o passar dos anos - o apresentador mantém um estilo sóbrio de apresentação. Esse corpo, como lembra Santaella (2004) é reflexo da cultura, a cultura de um jornalismo produzido nas condições anteriormente assinaladas como típicas da “sociedade dos meios”, apesar de estar atuando na “sociedade em vias de midiatização”.

Com este perfil e inserido no contexto do Jornal Nacional dos anos 80, dividindo o olhar entre a câmera e o papel que portava nas mãos, Chapelin, no dia 29 de março 1983, anunciou:

O PMDB vai lançar campanha para eleições diretas para presidente da república. Na mesma campanha, o partido vai condenar a alta do custo de vida. No dia 05 de abril, em Brasília, a executiva nacional do PMDB se reúne para lançar a campanha. (SÉRGIO CHAPELIN, durante apresentação do Jornal Nacional do dia 29 de março de 1983)

⁴⁷Para Goffman (1985, p. 29), “fachada é o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua apresentação”. A fachada de um noticiário busca uma identificação visual através da padronização. Composição do cenário, com cores, luzes, posicionamento das mobílias, vinhetas, artes, etc.

⁴⁸ Programa da TV Globo que vai ao ar nas sextas-feiras e aborda temas não-factuais, como saúde, natureza, etc.



Figura 10: Dividindo o olhar entre a câmera e o script, Sérgio Chapelin noticia pela primeira vez no JN a proposta de eleições diretas.⁴⁸

Nos chamou atenção neste momento, o fato do apresentador alternar o olhar entre o *script* que segurava nas mãos e a câmera, já que desde 1971 a emissora contava com o auxílio do *teleprompter*. Contudo, lançamos aqui algumas suposições: 1) Apesar do conteúdo já estar previsto no roteiro do telejornal (já que a entrevista com o líder do PMDB foi gravada com antecedência), alguma informação relevante sobre o fato poderia ter surgido no decorrer do noticiário; 2) Problemas técnicos com o equipamento que permitia a leitura das notícias, o TP, poderiam ter ocorrido, e 3) O conteúdo da entrevista, bem como as informações lidas pelo apresentador só puderam ser liberadas pela direção do telejornal de última hora. Levando em consideração depoimentos de jornalistas que faziam parte da equipe do telejornal naquela época, como o de Boninho, acreditamos que o tema “Diretas Já” se apresentou muitas vezes enquanto moeda de barganha entre a emissora e os militares, e entre os profissionais da própria emissora:

A campanha das diretas foi uma censura dupla: primeiro a censura da censura, depois a censura do doutor Roberto [Marinho]. Como a televisão é uma concessão do serviço público, eles [os militares] sempre mantinham uma pressão muito grande dentro da televisão. No momento das Diretas-Já eles ameaçaram claramente a Globo de perder a concessão ou de interferir mais duramente no entretenimento. Então, o doutor Roberto não queria que se falasse em Diretas-Já. (JOSÉ BONIFÁCIO DE OLIVEIRA SOBRINHO. In: Agência Estado, 30/12/2005)

Desta forma, não descartamos a possibilidade de que naquele primeiro momento em que o Jornal Nacional noticiava o projeto das Diretas Já, o assunto havia entrado no roteiro do noticiário de última hora, após acordos bilaterais.

Neste sentido, também levamos em consideração o que fala Rosário (2002) sobre a sedução no discurso telejornalístico. O sentimento de cumplicidade, trocas, partilhas, surge

⁴⁹ Fonte: <http://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja.htm>

também através da troca de olhares. Assim, ao desviar o olhar da câmera (e conseqüentemente dos telespectadores) Chapelin “quebra” o elo que seduz os espectadores, como se dissesse a eles: “Neste momento, não me sinto confortável em compartilhar meu discurso com vocês”. Da mesma forma, ao ler o papel, o apresentador transfere a autoria daquela fala para a emissora, passando a sensação de que a fala daquele momento é da TV Globo e não do apresentador, que está ali apenas servindo de “porta-voz” da mensagem.

Ainda falando sobre a sedução no telejornalismo, percebemos que no cenário, apesar do telejornal já contar com a tecnologia do *chromakey*⁵⁰, nenhuma imagem aparece para ilustrar o assunto em questão, fato que reforça nossa dedução de que o assunto pode ter entrado no roteiro do programa de forma tardia. Podemos entender também como um recurso de apagamento imagético. Como se sabe, a imagem é inerente ao audiovisual, ao não se utilizar dos seus recursos na construção desta notícia, podemos inferir que além dos problemas antes destacados, a Rede Globo de Televisão deve ter autorizado apenas a nota para ser lida. Com tal atitude, a Globo provavelmente quis reduzir a força da notícia.

Após a cabeça da matéria⁵¹ ser lida por Sérgio Chapelin, o repórter Antônio Brito aparece no vídeo afirmando que “a ideia de eleições diretas *não* (ênfase na fala) entusiasma os setores moderados no PMDB, que entendem que a melhor alternativa seria negociar um candidato de consenso em eleições indiretas”. Da mesma forma, o repórter enfatiza que o então líder do PMDB na câmara, o deputado Freitas Nobre, propõe que a campanha vá às ruas, mas não reivindique apenas as eleições diretas. Logo após a passagem do repórter, aparece a entrevista com Freitas Nobre afirmando que temas como alteração da política salarial e a campanha do voto distrital também devem ser levadas em consideração no movimento. Os destaques apresentados reforçam nossa interpretação. A notícia foi construída de forma a minimizar a força do movimento, diluindo-o com outras demandas e opiniões que não valorizavam a bandeira principal do movimento: “Diretas Já”.

Neste primeiro momento, informações sobre os idealizadores do projeto, as conseqüências que as eleições diretas trariam ao cenário político-social brasileiro, bem como a redemocratização do sistema eleitoral do país e outros assuntos que aprofundariam a discussão não foram abordadas, o que demonstra ou que o telejornal preferiu não veicular questões mais complexas neste princípio ou que realmente o JN queria dar pouca visibilidade ao tema.

⁵⁰ Técnica de efeito visual que projeta imagens no estúdio sem anular a presença do apresentador.

⁵¹ *Lead* do VT lido pelo apresentador.

Após o lançamento oficial da campanha, no dia 05 de abril de 1983, a movimentação a favor das “Diretas Já” começa a ganhar fôlego, mas a Globo apenas voltaria a noticiar o assunto no dia 27 de novembro, quando uma grande manifestação foi organizada no Pacaembu, em São Paulo. O fato foi noticiado no domingo, no programa Fantástico da emissora, porém, no dia seguinte, na segunda-feira, o principal telejornal do país ignorou o acontecimento que havia movimentado milhares de brasileiros durante o final de semana. O mesmo silêncio sobre o assunto se estendeu durante meses, quando o Jornal Nacional deixou de noticiar movimentos organizados em diversas cidades do país, como, por exemplo, o de Curitiba, que reuniu mais de 50 mil pessoas, porém, somente foi noticiado pelo telejornal local de uma das afiliadas da Rede Globo. Segundo o site do Memória Globo, que reconta este momento a partir de sua ótica e de seus interesses institucionais, a decisão de não noticiar os movimentos que ocorriam no país partiu do próprio Roberto Marinho, que temia que a cobertura pudesse se tornar um “fator de inquietação nacional”. Obviamente, esta versão da empresa busca amenizar o sentimento de “*mea culpa*” resultante da pressão popular e que deixou ranhuras em sua imagem. Além disto, é importante ressaltar que a decisão do presidente das Organizações Globo ia ao encontro dos interesses dos militares, que temiam que o movimento ganhasse força e levasse à queda o regime militar.

Contudo, foi justamente a omissão do Jornal Nacional e da Rede Globo diante da amplitude do movimento que fez com que os cidadãos brasileiros começassem a questionar e criticar a falta de isenção e de comprometimento da emissora com os fatos. Assim, pressionado pela insatisfação popular, Roberto Marinho decide ir liberando de forma gradual e supervisionada a divulgação de algumas informações referente às diretas. Entretanto, a atitude do empresário é consequência do “sistema de resposta social”, tal como analisa Braga (2006) no livro “A sociedade enfrenta a sua mídia”. Para o autor, a partir de um reconhecimento social da sociedade sobre as ações da mídia, surge um debate mais profundo e profícuo, onde os cidadãos assumem uma postura mais crítica e participativa exigindo assim respostas e mudanças de posicionamento por parte dos meios de comunicação. E foi justamente este “sistema de resposta”, gerado a partir de um olhar mais crítico dos telespectadores, que a Rede Globo decidiu não mais ocultar o movimento das Diretas Já.

Entretanto, noticiar um fato de relevância não é o único preceito que garante o cumprimento do pacto a ser firmado entre a mídia e os atores sociais. Prova disto, é que a TV Globo, após reivindicações dos ativistas, decidiu não mais ignorar as movimentações pró-diretas, porém, buscou um caminho não menos nocivo: distorcer o caráter dos movimentos.

A edição do Jornal Nacional do dia 25 de janeiro de 1984 entrou para “o livro negro” da história da TV Globo. Naquele dia, decidindo não mais apagar o movimento, o JN veiculou uma matéria de dois minutos e três segundos evidenciando o aniversário dos 430 anos da cidade de São Paulo. De fato, havia certa relação entre a multidão da Praça da Sé e o aniversário da cidade, contudo, o discurso que o JN construiu deixou claros indícios de que a intenção era anular o caráter reivindicativo do movimento e reforçar o espírito comemorativo dos cidadãos paulistanos. Prova disto é a fala do apresentador Marcos Hummel, que com sua voz marcante noticiou: “Festa em São Paulo. A cidade comemorou seus 430 anos com mais de 500 solenidades. A maior foi na Praça da Sé.”



Figura 11: Em 25 de janeiro de 1984 Hummel, anuncia o aniversário de São Paulo e ignora a maior manifestação pró-Diretas ⁵¹

Percebemos que o corpo de Hummel reflete uma postura menos formal, menos artificial do que costumavam aparentar os corpos de outros apresentadores que atuavam nesta época. Isto talvez se deva ao fato do apresentador ser formado em comunicação social, o que o deixa mais à vontade para transitar entre as notícias.

Notamos também que Marcos Hummel mantém a elegância percebida na *performance* de seu antecessor, Sérgio Chapelin. Talvez este detalhe tenha sido levado em consideração pela cúpula do Jornal Nacional na hora de escolher o substituto de Chapelin, que também deixava transparecer em sua imagem uma postura de requinte. Assim, seria interessante trazer para a bancada do principal telejornal do país apresentadores que chamassem atenção pela sua

⁵² Fonte: <http://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja.htm>

aparência e jovialidade, já que o “chefe” da bancada, Cid Moreira, estava ali para representar a experiência e o respeito, pois estava à frente do noticiário desde sua criação.

É interessante observar que, diferentemente da primeira matéria do JN sobre as “Diretas Já”, nesta ocasião aparece uma imagem simples - considerando os recursos disponibilizados na época - por trás do apresentador, no *chromakey*, com o título “SP – 430 anos”. Entendemos que a imagem é utilizada propositalmente, como forma de fixar a temática abordada, como reforço do discurso desviante das “Diretas Já” para “SP- 430”.

Uma estratégia discursiva significativa da relação entre corporalidade e auto-referencialidade pode ser observada na cobertura feita pelo repórter Ernesto Paglia. Na matéria de quase dois minutos, após falar das celebrações na catedral paulista, na USP e nas ruas da capital paulista, Paglia aparece em vídeo apontando para a multidão e dizendo que: “À tarde milhares de pessoas vieram ao centro de São Paulo para na Praça da Sé se reunir num comício que pedia eleições diretas para presidente.”



Figura 12: O repórter Ernesto Paglia durante reportagem que atrelou o movimento das “Diretas Já” às comemorações do aniversário de São Paulo.

Em primeiro lugar, podemos notar que a imagem é tomada à distância, o tom predominante é o cinza; prédios e manifestantes em tom acinzentados, imagem indefinida, inerte, uma massa amorfa. A evidência é para o próprio repórter, “ele tem cor”, “ele sinaliza”, “ele mostra”, noutras palavras “a Globo mostra”. Como quem diz: “eu sou Globo, eu estou aqui e os autorizo a verem o movimento das “Diretas-Já”, “ eu sou o centro” “ olhem para mim”. Na verdade, a presença do corpo do jornalista na imagem em que aparece a multidão é uma forma de auto-referencialidade. Trata-se de um “corpo institucional”. A imagem chama

mais atenção para o repórter da Globo do que o objeto da matéria, as manifestações. Pode-se dizer também do ponto de vista de cobertura que a imagem reforça a ideia de que um representante oficial da emissora esteve no local do acontecimento, e por isso tem credibilidade para trazer tais informações. Logo após apontar para a multidão, o seu corpo diz “eu sou testemunha ocular deste acontecimento”. Em seguida, a imagem de Paglia é substituída pela de artistas que estavam no momento apoiando as reivindicações e fortalecendo culturalmente o protesto. Contudo, o texto do repórter dissocia o apoio de personalidades públicas ao Movimento das “Diretas Já” diluindo a força do movimento político, ressaltando a dimensão festiva do movimento: “Não foi apenas uma manifestação política. Na abertura a música, o frevo do cantor Moraes Moreira”, afirma Paglia. Na verdade, os artistas levaram suas músicas (muitas delas com letras reivindicativas) a fim de fortalecer o movimento. Palavras como “democracia”, “anistia”, “censura”, dentre outras que faziam menção à ditadura apenas foram ouvidas através da fala dos oradores que subiam ao palanque para pedir eleições diretas.

Dessa forma, o telejornal cobre o movimento, atende de certa maneira às pressões sociais, contudo, diminui sua força, na medida em que as suas principais causas não são ditas, são apagadas, silenciadas. Com isto, também dribla a repressão militar às coberturas do movimento. Pois, a emissora em caso de cobrança dos militares, poderia alegar que em nenhum momento repórteres ou apresentadores usaram em seus discursos palavras de ordem contra a ditadura usadas pelo movimento.

Entretanto, a matéria sobre os 430 anos de São Paulo foi o estopim de uma cobertura distorcida e enviesada acerca das “Diretas Já”. Cansados de não poder confiar nas informações divulgadas pelo principal telejornal do país, uma parcela dos telespectadores intensificaram as formas de rejeição à emissora. “Foi nesta época que os protestos de rua passaram a bradar o slogan ouvido até hoje: “O povo não é bobo, abaixo a Rede Globo.” Foi nesta época também que os repórteres da Globo passaram a ser achincalhado nas ruas. Alguns sofreram agressões físicas.” (PASSOS, 2014, p. 01)

Com as manifestações tomando conta das ruas de diversas cidades brasileiras e com a rejeição à Rede Globo cada vez mais intensa, Roberto Marinho resolveu mudar de estratégia (PASSOS, 2014). Assim, no dia 10 de abril de 1984, há apenas duas semanas para a votação do Congresso, a Rede Globo resolveu cobrir de forma ampla um comício realizado no Rio de Janeiro em apoio às “Diretas Já”. A emissora dedicou quase uma hora da sua programação para a exibição de *flashes* ao vivo durante todo o dia, acompanhando desde a chegada dos

manifestantes até o encerramento do evento. O Jornal Nacional reservou quase dez minutos de sua programação para divulgar informações sobre o comício. Era a primeira vez que o JN abria espaço para que um repórter falasse ao vivo sobre o assunto. Logo após a vinheta de abertura do noticiário, Celso Freitas – que estava ali substituindo Marcos Hummel - leu a manchete do dia:

Hoje o Rio de Janeiro parou. O comício de mais de quatro horas de duração reuniu uma multidão no centro da cidade. O comício começou às quatro da tarde e continua até agora. É a maior manifestação popular da história política do Brasil. O comício pede eleições diretas para presidente. Cinco governadores da oposição estão neste momento no palanque armado no centro da cidade. Líderes sindicais, deputados e artistas participam da grande manifestação. Agora, ao vivo, da Praça da Candelária fala o repórter Eliakim Araújo. (MARCOS HUMMEL, durante edição do JN do dia 10 de abril de 1984)



Figura 13: No dia 10 de abril de 1984, discurso do apresentador Celso Freitas destaca a grandiosidade do protesto, que é reforçada através da exibição de imagens ao vivo do local ⁵²

A chamada lida pelo apresentador durou cerca de meio minuto, um tempo considerado extenso para este tipo de texto, que deve ser curto e direto, como é de praxe no telejornalismo. O discurso de Celso Freitas pela primeira vez chama atenção para a relevância do movimento que, segundo ele é “a maior manifestação popular da história política do Brasil”.

Ao convidar o repórter Eliakim Araújo para participar da construção do discurso do telejornal sobre os protestos, Celso Freitas apenas chama-o pelo nome, sem promover uma interação. Tal fato difere-se das práticas e das linguagens dos telejornais atuais, em que nas transmissões ao vivo o repórter que está na rua conversa diretamente com os apresentadores,

⁵³ <http://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja.htm>

desejando-lhes boa noite, respondendo as perguntas que são feitas e devolvendo o poder da palavra para os que estão na bancada. Neste sentido, podemos perceber, então, que a atorização do acontecimento, bem como a construção de uma estética do espetáculo acerca do telejornal é enfraquecida na “sociedade dos meios”, marcada pela limitação dos aparatos tecno-simbólicos.

Ao ser enunciado, Eliakim promove em sua fala um discurso que reforça o enunciado do apresentador, ao mostrar a Praça da Sé tomada por manifestante, diversos artistas e políticos discutindo no palanque. Nesta exibição ao vivo, o repórter não aparece em vídeo, apenas sua voz narra a todo instante informações sobre a manifestação. Logo, nessa matéria o foco se desloca da Globo para os manifestantes.

Nesta mesma edição, poucos minutos depois, o apresentador Cid Moreira retoma novamente no telejornal o assunto: “O comício pelas diretas no Rio. Depois de mais de quatro horas, ainda continua chegando gente na Candelária”.



Figura 14: No dia 10 de abril, Cid Moreira noticia as manifestações em prol das “Diretas Já”.⁵³

A enunciação do apresentador durou cerca de 5 segundos e foi acompanhada de uma imagem no estúdio que mostrava a multidão nas ruas do Rio. Diferentemente de seus companheiros de bancada, Cid Moreira não faz o perfil do típico “galã” televisivo. A manutenção dos cabelos grisalhos reforça a idealização de um apresentador experiente, maduro, que está à frente do telejornal desde seu lançamento e por isso tem autoridade máxima para representar a instituição jornalística. É este tom de autoridade gerado pelo corpo de Cid Moreira que deixa transparecer na apresentação do Jornal Nacional dos anos 80 quem é o verdadeiro “chefe da bancada”, o mais creditado para fazer a mediação entre a TV Globo e

⁵⁴ Fonte: <http://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja.htm>

seus telespectadores. Fazendo uma comparação com a formação atual do JN, aqui em uma primeira reflexão, poderíamos dizer que este “cargo” de comando é hoje ocupado por William Bonner, que assim como Cid Moreira, possui “autoridade” para falar em nome do noticiário, e ser “a cara” do telejornal. O fato é que ambos, em suas épocas específicas, presenciaram a chegada e partida de muitos companheiros de bancada, mas permaneceram ali, no centro simbólico da bancada. Seus corpos produzem o sentido de que apesar das alterações no cargo dos “co-apresentadores”, eles continuam. São as “vozes oficiais do JN”, eles continuam “intocáveis”.

No que tange à enunciação de Cid Moreira, podemos dizer que, após tentar “apagar” o movimento das “Diretas Já”, o Jornal Nacional decidiu colocar “na voz do representante oficial do telejornal” as informações sobre uma das maiores manifestações “pró-diretas” que o Brasil já havia visto.

Além de noticiar o acontecimento nas “cabeças” do telejornal, Cid Moreira também gravou um *off*⁵⁵ narrando alguns dos principais momentos da manifestação no Rio de Janeiro. Em seu texto, o “locutor de notícia” (como é intitulado pela própria emissora em suas publicações) ressalta a presença de Tony Ramos, Zezé Mota, Antônio Pitanga e Sônia Braga, todos artistas da emissora. Assim, a Globo demonstra ser a favor das “Diretas” na medida em que autoriza seus funcionários a apoiarem o movimento.

Em seguida, nessa reportagem, o repórter Samuel Wainer Filho é visto dentro de um balão, mostrando como a Candelária estava movimentada. Aqui, fazemos uma analogia entre o balão utilizado na cobertura das Diretas Já, nos anos 80, e o *GloboCop*, utilizado na cobertura do Movimento “Passe Livre”, em 2013. Ambos possuem a mesma função: explicitar a amplitude das manifestações e garantir a integridade dos repórteres, que passaram a ser insultados por militantes insatisfeitos com a cobertura da Rede Globo. Além de que o telejornal demonstra suas competências tecnológicas, guardadas aqui as diferenças delas nos dois momentos distantes da história desse telejornal. A repórter Sônia Pompeu, que também entra ao vivo trazendo informações sobre o comício, aparece de cima do palanque, longe do público e ao lado dos organizadores do evento.

⁵⁵ Texto gravado pelo jornalista para cobrir imagens editadas.



Figura 15: Em cima de balão e palanque, repórteres cobrem a manifestação longe dos militantes insatisfeitos com a TV Globo ⁵⁵

Com o término dos *flashes* ao vivo dentro do Jornal Nacional, Cid Moreira se despede da edição do dia 10 de abril afirmando que: “A Rede Globo continuará na cobertura do comício da Candelária com *flashes* ao vivo até o final. Logo mais, no Jornal da Globo” a completa reportagem sobre o comício pelas Diretas. Boa noite!” A câmera que estava fechada, enquadrando em plano médio apenas o “apresentador-chefe” do JN, abre durante o tradicional “Boa Noite”, um dos poucos momentos do noticiário que um certo ar de leveza pode ser evidenciado.



Figura 16: Cid Moreira e Celso Freitas se despedem da edição do dia 10 de abril com ares de simpatia ⁵⁶.

Na despedida de tal edição, podemos notar um tímido sorriso no rosto de Cid Moreira, indicando simpatia por parte do apresentador ao desejar uma boa noite aos telespectadores, além de exibir um sentimento de satisfação ao cumprir mais uma edição do telejornal. Já

⁵⁶ Fonte: <http://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja.htm>

⁵⁷ Fonte: <http://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja.htm>

Celso Freitas guarda a caneta que portou na mão durante todo o telejornal no bolso do paletó, reforçando imagetivamente a informação de que aquela edição havia chegado ao fim. Naquele momento, a tensão que transcorreu durante toda a cobertura da manifestação em prol das “Diretas Já” se desfez com o desejo de uma noite mais agradável.

Com efeito, podemos perceber que na “sociedade dos meios”, marcada pela limitação da atorização do acontecimento e dos aparatos tecnológicos que compõem o “a estética do espetáculo midiático” (ROSÁRIO, 2006), na “sociedade em vias de midiaticização” os corpos televisivos de Cid Moreira, Sérgio Chapelin e Marcos Hummel controem sentidos no enunciado do telejornal, contudo, de modo diferenciado dos corpos inseridos nesta sociedade, como veremos mais adiante.

O corpo televisivo mais engessado, contido, não abre espaço para a participação do corpo coletivo - o dos telespectadores - que pouco se envolve com a produção do telejornal e assim reforça o papel mediador dos apresentadores como os únicos autorizados a noticiar os acontecimentos.

Lembramos aqui que na “sociedade dos meios” os recursos tecnológicos ainda eram muito insipientes em comparação à atualidade, e o jornalismo era entendido como algo muito sério para sofrer interferências de “adereços” externos. Longe da estética do espetáculo e do “infotimento”⁵⁸ (DEJAVITE, 2006), o cenário simples com apenas duas cadeiras na bancada e o recurso do *chroma-key*, além dos recursos audiovisuais só foram se sofisticando com a passar dos anos e o desenvolvimento do fenômeno da midiaticização.

4.3 William Bonner e Patrícia Poeta: flutuações do discurso no “Movimento Passe Livre”

Em junho de 2013 as ruas do Brasil se tornaram mais uma vez espaço de manifestação. Cartazes, rostos pintados, bandeiras verde-e-amarelas e gritos de protesto evidenciavam mais uma onda de insatisfação dos brasileiros com o cenário sócio-político do país. O movimento, que a princípio reivindicava o aumento das tarifas do transporte público, e por isso recebeu o nome de “Passe Livre”, se expandiu e passou a reivindicar também a falta de investimentos na educação e na saúde, os altos gastos com a Copa do Mundo que seria sediada no ano seguinte em solo brasileiro, os alarmantes índices de corrupção, dentre outros.

⁵⁸ Neologismo usado pela autora para designar uma nova tendência no jornalismo atual, marcado pela informação e o entretenimento.

Em poucas semanas o “Movimento Passe Livre” assumiu proporções gigantescas, relembando pela sua expressividade outras manifestações populares, como o “Movimento das Diretas Já” - objeto de estudo deste trabalho - e o “Movimento dos caras-pintadas” que pedia o *impeachment* do ex-presidente da república Fernando Collor de Mello (1992). Contudo, os protestos de rua de 2013 apresentaram peculiaridades que o distinguiram dos demais aqui citados. A primeira delas refere-se à diluição das reivindicações. Enquanto que nas “Diretas Já” o objetivo era a retomada de eleições diretas para presidente da república e nos “Caras-pintadas” o alvo era a cassação do mandato do ex-presidente Collor de Mello, o “Passe Livre” foi marcado pela ampliação de seus objetivos, como já citado anteriormente. Outra particularidade no movimento que fez “o gigante acordar⁵⁹” é que o planejamento de ocupação das ruas começou no ambiente virtual, através de redes sociais, como o *Facebook* e o *Twitter*, para só depois migrar suas taxonomias para as ruas.

Foi no *ciberespaço* que surgiram as primeiras notícias sobre o “Passe Livre”, o indicava que aquele momento apontava para novas perspectivas comunicativas: 1) No ambiente virtual os textos noticiosos podem partir de fontes informais (qualquer ator social que tenha acesso à internet e deseje falar sobre algum fato pode fazê-lo); 2) Como as notícias podem ser publicadas por qualquer internauta, a qualquer momento, os cuidados em analisar o que de fato é ou não verdadeiro devem ser redobrados (inclusive os próprios jornalistas podem cair nas “armadilhas da rede”); 3) Mais do que dividir o espaço com “comunicadores não-profissionais”, os jornalistas ganharam novos aliados: os jornalistas colaboradores, que passaram de meros consumidores da notícia para “co-produtores” da informação, enviando arquivo de fotos e vídeos e servindo de fonte para as empresas jornalísticas.

As tecnologias digitais móveis permitiram o trabalho de um coletivo de jovens – jornalistas e não-jornalistas – que noticiaram o acontecimento de forma alternativa e independente. Com câmeras de celulares e uma rede de unidade móvel, os integrantes do Mídia Ninja (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação) transmitiram em tempo real os protestos de diversas partes do Brasil, “se contrapondo às versões dos veículos corporativistas, questionando os discursos do *mainstream* midiático e reconstruindo as narrativas jornalísticas” (ALMEIDA; EVANGELISTA, 2013, p. 04). Na medida em que noticiava, o “Mídia Ninja” colaborava com as produções de instituições jornalísticas enquanto fonte, e convidava manifestantes de todo o Brasil a enviarem seus registros sobre as manifestações em suas cidades. Esta missão de produzir um canal alternativo para a exposição

⁵⁹ O lema dos protestos de rua surgidos em 2013 era “O gigante acordou”, fazendo uma alusão à indignação dos brasileiros que estavam cansados de assistir aos enalços da política brasileira no conforto de suas casas.

dos fatos trouxe como uma das consequências a flutuação do discurso das grandes emissoras, que em sua maioria divulgaram os protestos de junho de 2013 com base em interesses mercadológicos.

Além das mídias alternativas, as tradicionais (rádio, TV e impresso) também cobriram o evento e tiraram muitas equipes do conforto de suas redações para ver de perto a expressividade dos protestos. A Rede Globo foi uma delas. Diferente do que havia acontecido com o movimento dos anos 80, a emissora desta vez foi uma das primeiras empresas jornalísticas a divulgar informações sobre os protestos que se iniciaram em junho de 2013. Todavia, o grupo da família Marinho voltaria a ser alvo de críticas, agora, por distorcer o caráter reivindicativo do movimento, atribuindo aos manifestantes no geral casos específicos de vandalismo. Para Negrine; Brasil e Emerim (2013, p. 28) não só o Jornal Nacional, mas outros telejornais brasileiros “adotaram uma *narrativa em suspenso* que remetia ao *perigo iminente* construindo um efeito de sentido que permeava a perspectiva de *risco de morte*” (grifo dos autores). Neste sentido, a Rede Globo e o seu principal telejornal foram os grandes alvos de crítica por parte dos ativistas. O discurso do Jornal Nacional trouxe de forma cansativa palavras como “vândalos”, “cenas de terror”, “medo”. Além disso, as matérias veiculadas pelo noticiário traziam trechos de falas de cidadãos que ao voltarem do trabalho se deparavam com as cenas de “vandalismo” e por isto estavam temerosos em sair às ruas.

A primeira vez que o Jornal Nacional noticiou as manifestações do “Movimento Passe Livre” foi no dia 06 de junho de 2013. Na ocasião, o apresentador William Bonner anunciou:

Em São Paulo, manifestantes que protestavam contra o aumento das passagens de ônibus entraram em confronto com a polícia agora a pouco na Avenida Paulista. Ao vivo, o repórter César Galvão traz mais informações pra a gente. Boa noite, César! (WILLIAM BONNER, durante edição do Jornal Nacional do dia 06 de junho de 2013)



Figura 17: Bonner e Patrícia encenam um diálogo de proximidade com o repórter César Galvão⁵⁹

No início do texto a câmera aberta explicita a presença da companheira de bancada de Bonner, Patrícia Poeta, e ao fundo mostra a redação do JN trabalhando em tempo real, mostrando que as notícias ali divulgadas são atualizadas instantaneamente. A topografia deste cenário indica que diferente dos anos 80, o Jornal Nacional organiza seu espaço a fim de otimizar o processo de contato com o leitor, conforme aponta Fausto Neto (2008). Ao abrir este espaço e apresentar de que forma a “realidade” noticiada é ali construída, o noticiário sugere estar instaurado numa lógica marcada pelo fenômeno da midiatização. Contudo, mesmo reformulando o contrato que regulamenta a relação do telejornal com seus telespectadores, e agora situados na “sociedade em dias de midiatização”, Patrícia e Bonner parecem não querer perder o posto de “guardiões do contato”, deixando transparecer através de suas *performances* que possuem autoridade única sobre as informações ali divulgadas, como veremos ao longo desta análise.

Após informar que nas ruas da capital paulista manifestantes entraram em confronto com a polícia, Bonner convida para o diálogo o repórter César Galvão, que a bordo do GloboCop tenta descrever o cenário do protesto. Em sua fala, o repórter explica que as manifestações objetivam reivindicar o aumento na tarifa das passagens de ônibus, mas que devido aos atos de violência, como ateuo de fogo e obstrução das avenidas, alguns acabaram sendo detidos e levados para delegacias. A fala do repórter é coberta por imagens fortes que nos remetem ao estado de guerra, com homens escudados em posição de defesa, grandes chamas de fogo, arremesso de bombas de gás lacrimogêneo e manifestantes algemados entrando em viaturas policiais.



Figura 18: Reportagens do JN constroem uma narrativa de medo e perigo através de recursos imagéticos⁶⁰

⁶⁰ Fonte: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-entram-em-confronto-com-policia-de-sp-contr-aumento-da-passagem-de-onibus/2620082/>

⁶¹ Fonte: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-entram-em-confronto-com-policia-de-sp-contr-aumento-da-passagem-de-onibus/2620082/>

O Jornal Nacional se utiliza de recursos imagéticos e do próprio discurso oral para construir uma narrativa de destruição e medo acerca dos atos dos manifestantes, que passaram a ser adjetivados de forma generalizada em muitas outras edições deste telejornal como “vândalos”.

Durante os quase dois minutos e meio de aparição ao vivo, o repórter César Galvão interrompe por duas vezes sua fala para ser interpelado pelos apresentadores, que após fazerem perguntas ao repórter, olham para o lado direito da tela, onde a imagem de César aparece dividindo a tela com a imagem do estúdio, onde estão os dois apresentadores. Neste momento, Bonner e Patrícia parecem representar uma cena de diálogo “olho no olho”, como se a fronteira que separa o estúdio e o GloboCop se estreitasse e permitisse que os três mediadores dialogassem de forma mais próxima.

Para Fausto Neto (2008, p. 97), é característica desta nova topografia jornalística que marca a sociedade em vias de midiatização a atorização por parte dos jornalistas. Isto acontece “para não só sinalizar que (os jornalistas) têm «corpo e alma», mas também para situá-los, enquanto novos tipos de «celebridade», na vitrine do próprio processo produtivo”.

Apesar de manterem uma postura austera, que visa resguardar suas autoridades de “donos da notícia”, William Bonner e Patrícia Poeta buscam atorizar o acontecimento através de gestos mais soltos, expressões faciais menos contidas, entonações no discurso oral, etc. Atitudes estas que não eram percebidas nos mediadores que atuavam na “sociedade dos meios”, como Cid Moreira, Sérgio Chapellin e Marcos Hummel, objetos de investigação deste trabalho e que já foram aqui analisados.

É o domínio sobre a encenação que irá auxiliar Bonner e Poeta, enquanto principais mediadores do Jornal Nacional, a se apresentarem enquanto “porta-vozes” oficiais da Rede Globo durante todo o discurso construído sobre as manifestações populares de 2013, inclusive no momento em que esse discurso muda, após pressão popular, e passa a abrir espaço para os representantes do movimento, que até então eram tratados como vândalos.

No dia 12 de junho de 2013 o Jornal Nacional noticiou pela quarta vez os protestos de rua que vinham mobilizando brasileiros de diversas regiões do país. Desde a primeira notícia sobre o tema (no dia 06 de junho) até esta data, dois outros temas de relevância vinham ocupando a agenda do JN com frequência: a vinda do Papa ao Brasil para a Jornada Mundial da Juventude (JMV) e a proximidade da Copa das Confederações, que seria sediada naquele ano em solo brasileiro. Diante de dois eventos tão importantes, e que projetavam o Brasil em noticiários do mundo inteiro, o movimento “Passe Livre” parecia incomodar muitos cidadãos,

e esse repúdio aos protestos só fazia aumentar diante do discurso de periculosidade produzido pelos telejornais, principalmente o Jornal Nacional.

Assim, entre notícias sobre os treinos da seleção brasileira, diante de um discurso de nacionalidade, e declarações do Papa Francisco, que o promovem enquanto uma figura simpática e que reconhece os erros da própria igreja, Patrícia Poeta informou na edição do dia 12: “Agências bancárias, uma estação do metrô e mais de 80 ônibus foram danificados em São Paulo ontem à noite contra o aumento das tarifas dos transportes públicos.” Durante locução, a apresentadora enfatiza oralmente o fato de mais de 80 ônibus serem deteriorados pelos manifestantes, chamando atenção para a proporção dos atos de violência. Logo após, na matéria do repórter Fábio Turci, as cenas de terror são evidenciadas. O começo do VT traz imagens de manifestantes com os rostos cobertos, gritando “a cidade é nossa”, flagras dos participantes pichando ônibus e impedindo a passagem dos carros em vias públicas e estrondo de bombas explodindo no meio da multidão.



Figura 19: Imagens com manifestantes com rostos cobertos e policiais sendo agredidos construíram a narrativa de terror e vandalismo por parte dos integrantes do movimento

A ideia era trazer nos primeiros minutos o clima de “guerra civil” causado pelos ativistas. E, para reconstruir este cenário de tensão, o trabalho de edição de imagens teve um papel importante:

As parcelas de real não correspondem a seleções arbitrárias: é o que fica enquadrado, é o movimento das câmeras, é o trabalho de edição e sonoplastia, que determinam o que e como vai ser mostrado. Nessa perspectiva, está-se frente a uma construção de linguagens, não mais o real, mas a uma realidade discursiva. (DUARTE, 2007, p. 11)

Além da estética da matéria, o texto do repórter também ajudou a reconstruir o cenário de tensão daquela noite. Com detalhes, Fábio Turci informou que 85 (ênfase no número) ônibus, agências bancárias e a estação de metrô haviam sido danificados pelos manifestantes que foram adjetivados como vândalos (mais uma ênfase oral). “Uma *batalha* nas ruas”, “Nem os ônibus escaparam de um protesto que era pelo transporte público”, “A Avenida Paulista e o centro de São Paulo amanheceram assim, com as marcas do *vandalismo* de ontem a noite” (grifos nossos), foram algumas das expressões usadas pelo jornalista para caracterizar o clima tenso da manifestação. Ressaltamos, neste sentido, que o tom que se dá ao enunciado é carregado de significados. Por isso, ao enfatizar oralmente tais palavras o repórter constrói um cenário de guerra e terror ao narrar os protestos.

Para reforçar o “pesadelo” que foi o movimento, Fábio Turci gravou depoimentos de civis que não participavam da manifestação, mas que passavam pelo local na hora do acontecimento.

Sonora - Entrevistado 1: “Milhares de pessoas estão voltando do trabalho, depois de um dia cansativo, em baixo de chuva, e passar por esse pânico. Eu “tô” aqui sem saber pra onde vou correr.”

Sonora - Entrevistado 2: “Não dava pra ir pra frente, nem pra trás. Fiquei preso aqui.”

Indignação, tristeza, revolta, foram alguns dos sentimentos expostos através das entrevistas concedidas pelos cidadãos que não participavam do protesto contra o aumento das tarifas, mas que ao tentarem voltar para casa, no final do dia, se depararam com o confronto.

Na mesma reportagem, o repórter ouviu autoridades, como: Ministério Público, prefeito e governador de São Paulo, além da OAB. Em entrevista, todos repudiaram os atos de vandalismo.

OFF- Fábio Turci: “Hoje em Paris, o prefeito de São Paulo e o governador *condenaram* o vandalismo.”

Sonora - Geraldo Alckmin (Governador de SP): “[...] Precisa ser investigado pra identificar a origem disso [dos atos de vandalismo], e devem *ressarcir* ao erário público, pois isso é patrimônio de todos.”

OFF- Fábio Turci (Repórter): “Para a OAB, o que aconteceu ontem em São Paulo *passou dos limites*”.

Sonora - Marcos da Costa (Presidente OAB): “As pessoas se reúnem para mostrar uma indignação, no caso do aumento de ônibus. Agora, tem um *limite*. Então, quando o movimento passa a violar patrimônios [...] ou prejudicar os direitos de ir e vir das pessoas, ele ultrapassou os limites dele”.

Neste momento o repórter ainda foi às ruas apurar as informações de perto, fato que não iria mais ocorrer depois de algumas edições do JN, que traria como consequência o repúdio e a repressão popular.



Figura 20: Discurso oral e imagético utilizados pelos mediadores do JN tentam reconstruir um cenário de guerra civil nos protestos do Movimento “Passe Livre” ⁶¹

Santaella (2004, p.19) lembra, em uma de suas obras, que Foucault arrematou a ideia de que o corpo não só recebe sentido pelo discurso, mas é inteiramente constituído por ele. Com isto, podemos dizer que o corpo de Bonner e Patrícia na cobertura do “Movimento Passe Livre” se constituem enquanto elementos engendrados de um discurso construtor de uma narrativa de “medo” e “vandalismo”.

Em nenhum momento, a matéria exibida pelo JN no dia 12 de junho, - assim como em edições anteriores do noticiário - abriu espaço para explanação de líderes do movimento. Apesar de mostrar imagens dos supostos “cabeças” do “Passe Livre” em reuniões - durante a matéria de mais de três minutos -, as únicas referências feitas aos manifestantes se limitaram a imagens, na qual a maioria retratava o confronto com a polícia. Frequentemente o Jornal Nacional extrapolava na criação de um espetáculo de violência e tragédia, e adjetivava como “vândalos” os participantes de forma generalizada, mesmo as imagens mostrando que ali havia uma minoria agressiva. E foi justamente a cobertura “distorcida”, segundo os

⁶² Fonte: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-danificam-estacao-do-metro-e-mais-de-80-onibus-durante-protesto-em-sp/2631377/>

apoiadores dos protestos, que fez com que o repúdio à emissora entrasse como uma nova pauta do movimento, que passou a ampliar os temas a serem reivindicados.

Em artigo publicado no site Observatório da Imprensa⁶³, Sylvia Moretzsohn escreveu: “tanto os jornais paulistas quanto *O Globo* e as redes de televisão carregavam nas tintas contra os atos de vandalismo praticados por uma minoria que sempre se infiltra em manifestações desse tipo”. O pensamento da jornalista reflete bem o motivo de sentimento de revolta que os manifestantes sentiram ao ouvir inúmeras vezes nos noticiários a palavra “vandalismo”, em especial no *Jornal Nacional*.

Assim, seguindo o mesmo fluxo que havia utilizado para mobilizar os cidadãos contra o atual cenário-político do país, os *ciberativistas* iniciaram nas redes sociais, em especial no *Facebook* e o *Twitter*, uma campanha em repúdio à Rede Globo e aos seus telejornais, em especial o *Jornal Nacional*. As *hashtags* #AGloboNãoMeRepresenta e #AbaixoARedeGlobo viraram rotina nas *twittadas* de quem não concordava com a cobertura da emissora. No *Facebook*, *fanpages* adjetivavam a Rede Globo como “manipuladora”.



Figura 21: Ciberativismo e críticas à Rede Globo nas redes sociais Facebook e Twitter⁶³

Como ressalta Primo (2013, p.17) “não se pode ignorar a força dos movimentos espontâneos em rede, cujos efeitos não eram possíveis em uma sociedade caracterizada pela mídia de massa”. Sendo assim, as manifestações contra a TV Globo indexadas através das taxonomias nas redes sociais migraram para o cotidiano, ocupando cartazes de manifestantes que iam às ruas contestar a cobertura da emissora. A atualização contínua das “postagens” nas

⁶³VER: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/muito_alem_dos_20-centavos

⁶⁴ Fontes: www.facebook.com e www.twitter.com

redes sociais, como propõe Correia (2010), potencializava a circulação no ciberespaço, circulação esta que se transporta do campo virtual para as ruas.

A onda de revolta contra a emissora se espalhou também para outras empresas de comunicação, que tiveram carros queimados, repórteres impedidos de fazer a livre cobertura, prédios depredados, etc. Mas o foco das manifestações se voltou especificamente para a TV Globo, que ganhou a alcunha de “manipuladora”. Nas ruas, cartazes com inúmeras mensagens “anti-globo” traziam um desafio ainda maior para os cinegrafistas que, além de se preocuparem com a troca de munições entre polícia e civis, tinham que evitar mostrar imagens abertas com mensagens que “denegriam” a emissora.



Figura 22: Migrações das críticas do ambiente virtual para o ambiente real ⁶⁴

A revolta com a cobertura que a Globo estava fazendo acerca das manifestações tomou proporções cada vez maiores. Se para a imprensa a violência entre manifestantes e policiais dificultava o trabalho, a revolta do povo contra jornalistas praticamente os impedia de trabalhar. Fazer *links* “ao vivo” durante os protestos, no meio da multidão, era um ato de coragem.

No Jornal Nacional as aparições ao vivo eram feitas sempre a bordo do GloboCop. Em terra, repórteres faziam passagens em locais distantes do aglomerado, e quando arriscavam manter contato com o povo retiravam a canopla⁶⁶ do microfone, evitando assim mostrar o símbolo da emissora a que estavam a serviço.

⁶⁵Fonte: Google

⁶⁶ Acessório acoplado ao microfone que traz o símbolo da emissora a qual o repórter está a serviço



Figura 23: Repórteres preservam sua integridade durante coberturas ⁶⁶

Assim, impossibilitado de fechar os olhos para as críticas à emissora que se alastrava a cada dia, o Jornal Nacional passou a mudar o seu discurso durante a edição do dia 17 de junho. Foi um dia atípico não só para o Jornal Nacional, mas para toda a programação da Rede Globo, que teve que ser reformulada em caráter de urgência. A apresentadora deste telejornal, Patrícia Poeta, entrou no ar já no início da noite, logo após “Malhação”, trazendo informações ao vivo no “Globo Notícia” e seguiu até o horário habitual do JN. Nesse dia, a emissora “quebrou” o seu padrão de qualidade, no que se refere ao cumprimento da grade de programação. Além de não exibir o jogo da Espanha x Taiti, pela Copa das Confederações, a Globo cancelou os capítulos das novelas “Flor do Caribe” e “Sangue Bom”. Os jornais locais das afiliadas da Rede Globo também foram cancelados, e só puderam divulgar as informações sobre as manifestações regionais no dia posterior. Essas mudanças causaram estranheza nos telespectadores que estavam acostumados com o “padrão” rigoroso da empresa. Evidentemente aquele dia se tratava de um momento muito especial.



Figura 24: Fora da bancada do JN Patrícia Poeta ao entrar ao vivo durante o “Globo Notícias”

⁶⁷ Fonte: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos>

A apresentadora Patrícia Poeta deixava transparecer em seu semblante um certo ar de desconforto. Primeiro, por estar fora do seu “ambiente” habitual de apresentação (a bancada do JN) ao entrar no ar ainda no período da tarde, no inter-programa Globo Notícia. Segundo, por ter que assumir a responsabilidade de noticiar ao vivo - com informações chegando a todo instante - sem a companhia do parceiro de bancada William Bonner, que estava em Fortaleza para cobrir a Copa das Confederações, e só entrou ao vivo horas depois, durante a edição do JN daquele dia.



Figura 25: Visivelmente desconfortados em serem pegos de surpresa, Bonner e Patrícia apresentam o JN, no dia 17 de junho, à distância ⁶⁷

O apresentador também parecia estar decepcionado por não estar ao lado da companheira naquele momento. A equipe do noticiário não imaginava que os protestos de rua iriam se sobressair a um acontecimento que deveria fortalecer o sentimento de nacionalidade do Brasil diante de outros países, como a Copa das Confederações. Vale lembrar também que Bonner sempre deixa transparecer na sua postura de “autoridade” que ele é o “chefe da bancada” e Patrícia Poeta, assumindo o papel de subserviência, ocupa o posto de “co-apresentadora” do JN. Assim, enquanto o “dono da notícia” e “representante” oficial do telejornal, o apresentador não deveria estar ausente naquele momento delicado de cobertura e diante das fortes críticas que se espalhavam pelo país.

Nem o habitual “boa noite” que os mediadores costumam desejar ao se despedir ao final de cada edição escapou do mal humor e da estratégia de mudança de discurso do telejornal, como podemos ver na figura acima. Após relatar as dificuldades que os torcedores

⁶⁸ Fonte: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/manifestantes-protestam-na-frente-de-hotel-onde-se-hospeda-selecao-brasileira-no-ceara/2640092/>

de Recife enfrentaram para chegar ao estádio, William Bonner reforça em sua fala o caráter pacífico dos protestos, que até então estava fora do discurso da emissora:

Aqui também não houve nenhum registro de tumulto. Já foi todo mundo embora segundo informações que nós temos, e terminou assim, pacificamente aqui em Fortaleza, assim como está sendo em São Paulo pacificamente, e em Brasília também. Este é um dia de manifestações por diversas capitais brasileiras e também no Distrito Federal, não é Patrícia? Boa noite pra você, boa noite à todos, e até amanhã. (WILLIAM BONNER, durante apresentação do Jornal Nacional do dia 17 de junho de 2013)

Ressaltamos ainda, que a edição do Jornal Nacional do dia 17 de junho de 2013 explicita uma mudança na topografia deste noticiário, característica típica da “sociedade em vias de midiatização”, conforme aponta Fausto Neto (2008). Ao deixar a bancada e ir para as ruas, deixando provisoriamente de lado o posto de “chefe do principal telejornal do país”, o corpo de William Bonner aponta para uma relativa flexibilidade do noticiário, que apesar de apresentar certas particularidades inerentes ao fenômeno da midiatização, ainda insiste com seu jeito “sisudo” de apresentação e pouca abertura para os canais de contato com os receptores, demonstrando proximidade com a “sociedade dos meios”.

Diante do cenário de efervescência reivindicativa, a Globo se sentiu obrigada a trazer de volta o âncora para a bancada do JN. No dia seguinte, 18 de junho, terça-feira, Bonner abria o Jornal Nacional trazendo mais informações sobre a manifestação em São Paulo.



Figura 26: Após ser pego de surpresa, Bonner volta à bancada do JN no dia 18 de junho de 2013⁶⁸

Mostrando estar mais aliviado por estar de volta ao comando do telejornal, Bonner anuncia a manchete do dia:

Depois de uma segunda-feira histórica, marcada por protestos *pacíficos*, manifestantes voltaram às ruas de diversas cidades brasileiras hoje. Em São Paulo, o movimento Passe Livre organizou uma nova manifestação contra o aumento das tarifas no transporte público, e no início da noite houve um tumulto em frente a prefeitura promovido por uma minoria mais exaltada. (WILLIAM BONNER, apresentação do Jornal Nacional do dia 18 de junho de 2013, grifo nosso)

Nesta edição, mais uma vez, a narrativa de “terror” e “medo” cede espaço para uma narrativa da “pacificidade” e “ordem”. Os atos de “vandalismo”, agora não mais correlacionados à generalização do acontecimento, passam a ser atribuídos “a uma minoria exaltada”. Ao correlacionar os atos de violência a um grupo restrito, o jornalista gesticula com as mãos como quem indica “uma margem”, um limite para aquele conjunto de pessoas ao qual se refere. Depois, ao lançar um olhar para a companheira de bancada, convidando-a para interação, Poeta gesticula positivamente com a cabeça, concordando com o que o “chefe da bancada” diz.

Assim, como consequência do “sistema de respostas social” (BRAGA, 2006), os corpos de Patrícia Poeta e William Bonner passam a desconstruir uma narrativa de “guerra” nas ruas ao edificar um novo sentido para as coberturas acerca do movimento: o da passividade.

A exaustão na cobertura dos protestos teve início com a mudança no discurso do telejornal. Segundo um levantamento feito pela empresa Controle de Concorrência⁶⁹, entre os dias 17 e 26 de junho, o JN exibiu oito horas de reportagens e transmissões dos protestos. Das 140 horas de exibição, somando as transmissões de todas as emissoras abertas, 34 horas foram produzidas pela TV Globo⁷⁰.

A edição do Jornal Nacional do dia 17 de junho dedicou um pouco mais de 27 minutos de seu noticiário para a cobertura das manifestações. Dos 16 VTs exibidos, sete abordavam os protestos espalhados pelo país, os outros traziam informações sobre a Copa das Confederações, Guerra Civil na Síria, SISU, dentre outros temas - a maioria sobre protestos fora do país. Além disso, a edição extrapolou na quantidade de “ao vivo”. Ao todo, foram feitos nove *links*, um número bem acima do que tradicionalmente acontece nas suas edições. Todos os “vivos” traziam informações sobre os protestos e aconteciam no cenário das manifestações. Este tipo de transmissão se configura enquanto uma estratégia de reforço de construção da realidade, pois como lembra Duarte (2007, p. 13), “a gravação ao vivo, a

⁶⁹Empresa que monitora inserções comerciais na TV para o mercado publicitário

⁷⁰VER: <http://outrocanal.blogfolha.uol.com.br/2013/07/01/tv-aberta-exibiu-140-horas-de-protestos-em-dez-dias/>

transmissão direta, em tempo real, sempre funcionam como garantia [...] dos efeitos de autenticidade e veracidade”.

O excesso de matérias e *links* ao vivo do Jornal Nacional durante a cobertura dos protestos do Movimento Passe Livre, nesta edição, deixa claro que naquele momento a narrativa visual se sobrepôs a narrativa textual, redesenhando o sentimento de nacionalidade transfigurado através de rostos pintados e bandeiras espalhadas pelas ruas, indicando que o “gigante havia acordado”.

O foco da cobertura das manifestações era o eixo Rio - São Paulo, além da capital Brasília. Porém, a edição do dia 17 de junho divulgou uma nota coberta que trazia um resumo dos protestos em outras cidades, como: Curitiba, Belém, Porto Alegre, Fortaleza, Maceió e Vitória. Além disso, a fim de conter os ânimos dos telespectadores que criticavam a Rede Globo e o seu principal telejornal, bem como buscando uma alternativa para se explicar diante de uma cobertura enviesada, o Jornal Nacional divulgou neste dia um editorial, lido por Patrícia Poeta, que saiu em defesa da empresa. Quem estabeleceu o “gancho” para que o editorial entrasse no ar, foi o repórter César Galvão, que durante uma tomada “ao vivo”, a bordo do “Globocop”, falou:

Um outro grupo que saiu do Largo da Batata, por volta das cinco horas da tarde, percorreu a Avenida Faria Lima e nesse caminho eles seguiram até a Avenida Luís Carlos Berrini, que fica *muito perto* da TV Globo, e nesse caminho foram gritando *palavras de ordem contra a TV Globo* . (CÉSAR GALVÃO, durante reportagem do JN, no dia 17 de junho de 2013, grifo nosso)

Obviamente, em outra situação a emissora não divulgaria em seu principal telejornal as ondas de revolta contra sua postura na cobertura. Mas, não havia mais como ignorar as críticas que se espalhavam.

Como sabemos, em qualquer espetáculo, inclusive no midiático, existem roteiros de diálogos. E, neste caso, a notícia dada pelo repórter seria mais do que uma simples informação, seria o ponto estratégico para a fluência de um outro assunto: a retratação da emissora.



Figura 27: Ao se utilizar de um discurso de proximidade e de auto-retratação, Patrícia Poeta deixa pistas acerca da existência de novas regras e racionalidades da ambiência televisiva.⁷¹

Assim, representando os interesses da Rede Globo e demonstrando um semblante de insatisfação, Patrícia Poeta leu o editorial que buscou mostrar o compromisso da emissora com a cobertura noticiosa:

Olha, a TV Globo vem fazendo reportagens sobre as manifestações desde seu início e sem *nada* a esconder: os *excessos da polícia*, as reivindicações do “Movimento Passe Livre”, o caráter *pacífico dos protestos* e quando houve depredações e destruição de ônibus. É nossa obrigação e dela nós *não nos afastaremos*. O direito de protestar e de se manifestar *pacificamente* é um direito dos cidadãos. (PATRÍCIA POETA, durante edição do Jornal Nacional do dia 17 de junho de 2013, grifo nosso)

As palavras em destaque foram as que ganharam ênfase na locução de Patrícia Poeta, que buscou construir uma narrativa da qual a polícia - ao promover a segurança social ameaçada pelos atos de vandalismo dos manifestantes – desenvolveu um ato heroico.

A locução tem que emitir uma impressão compatível com os conteúdos do que está sendo dito. Nesse ponto, os personagens recorrem a recursos teatrais, máscaras, modos de ser empáticos com o *outro* que lhes vê e ouve. Para tanto, há o recurso do uso da voz, da impostação, da dicção, da entonação e das pausas conjugadas à mímica facial e gestual. (SÁ BARRETO, 2011, p. 246)

Neste sentido, a locução de Patrícia Poeta se constitui enquanto mais uma estratégia de encenação, na medida em que o seu corpo é o principal instrumento de produção de sentidos. Nesta perspectiva, ao informar que a Globo não se afastará da sua obrigação de divulgar o movimento, a apresentadora gesticula negativamente com a cabeça, da mesma forma em que “passeia” pelos dedos ao reforçar os diversos ângulos da notícia que foram abordados pelo

⁷¹ Fonte: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/tv-globo-faz-reportagens-sobre-as-manifestacoes-desde-o-inicio/2640010/>

Jornal Nacional: “os excessos da polícia, as reivindicações do “Movimento Passe Livre”, o caráter pacífico dos protestos e quando houve depredações e destruição de ônibus”.

Ao servir de “porta-voz” da emissora, mesmo diante de um cenário do qual os atores sociais possuem voz e vez na construção da notícia, a apresentadora reforça seu papel mediador, centralizador da informação, é como se dissesse aos telespectadores: “Vocês podem participar conosco, mas a palavra final será sempre a nossa.” Tanto o é, que são raros os momentos em que a participação do telespectador é pautada pelo telejornal. Mesmo estimulando a interação com os receptores através das redes sociais, dificilmente um material recebido pelos internautas é divulgado no noticiário.

Este caráter centralizador dos mediadores do JN também pode ser percebido através da postura que exprimem durante as apresentações. Indo de encontro às novas tendências do telejornalismo, William Bonner e Patrícia Poeta permanecem durante toda programação do telejornal sentados por detrás de uma bancada que, metaforicamente, atua como barreira que separa as duas instâncias: emissão e recepção.

A postura autoritária e “engessada” dos dois apresentadores também reforçam esse papel mediador. Eles não conversam entre si (no máximo trocam olhares), não recebem comentaristas ou colunistas em seu estúdio, raramente recebem entrevistados na bancada (com exceção de eventos periódicos e de relevância social, como eleições presidenciais, quando sabatinam os candidatos), nem leem os comentários dos telespectadores que através das redes sociais buscam interagir com a produção do telejornal. Desta forma, evitando novas formas de contato com emissores e os próprios telejornalistas, Bonner e Patrícia insistem em dizer a cada edição quem detêm do “poder da informação” e que são os únicos autorizados a mediar as informações.

Contudo, ainda que busque manter o poder da mediação, o corpo de William Bonner e Patrícia Poeta, inseridos na “sociedade em vias de midiatização”, sofrem influências da atuação de um terceiro corpo: a dos coletivos. Foram os telespectadores/internautas que, através do “sistemas de resposta social”, fizeram com que o corpo dos mediadores encenassem novas estratégias de discurso, da qual os manifestantes não eram mais tratados como “vândalos” e passaram a ter voz durante a produção noticiosa. São estes mesmo interagentes que, ainda não aparecendo durante as edições do telejornal, nos ajudam a entender *as personas* que transcendem deste corpo mediador. Bonner assume o papel de “galã”, de símbolo sexual, ao ter seu corpo exposto no *ciberespaço*.



Figura 28: Bonner interage com os internautas ao mostrar os bastidores do JN ⁷²

Mensagens de internautas sobre a aparência de Bonner deixam claro que naquele momento o corpo do mediador fragiliza-se e toma outras características, que não somente a de noticiar, mas também de ditar tendências de moda e beleza. Além disto, comentários como “achei que ele dormia de terno” ou “pensei que ele fosse sempre sério” mostra que de certa forma, ao se estender para o *ciberespaço*, o corpo do apresentador perde um pouco do caráter ilusório e imaginário construído pelo espetáculo midiático (ROSÁRIO, 2006).

Já Patrícia Poeta, é vista enquanto “sub-apresentadora” do telejornal. Além de sempre mostrar submissão ao companheiro de bancada, os frequentes “deslizes” da apresentadora quase sempre se tornam alvos de piadas e críticas nas redes sociais.



Figura 29: Os “deslizes” de Patrícia Poeta viram piadas nas redes sociais ⁷³

⁷² Fonte: Facebook

Assim, podemos perceber que ainda que busque manter o poder mediador diante da bancada do Jornal Nacional, ao se estender para o *ciberespaço* os corpos de Patrícia Poeta e William Bonner são afetados pelo contato com os interagentes, que através de piadas e comentários deixam transparecer características inerentes à *persona* destes telejornalistas. Além disso, ao participarem de forma mais comprometida, buscando mudanças mais profundas no conteúdo do telejornal, os *ciberativistas* acabam por influenciar as estratégias de atorização do acontecimento traçadas pelos apresentadores que, enquanto mediadores, vão se tornar instrumentos fundamentais na transformação deste discurso telejornalístico.

Percebemos, neste sentido, que os corpos de Cid Moreira, Sérgio Chapelin e Marcos Hummel, situados na “sociedade dos meios”, não sofrem este tipo de influência direta por parte dos telespectadores, apesar de que, diante da repressão popular no ano de 84, também assumiram o posto de porta-vozes de uma mudança de postura da emissora, que passou a não mais tentar apagar o movimento das “Diretas Já”. Além disso, por estarem limitados pela incipiência tecnológica, estes corpos pouco se valem de estratégias de atorização e pouco deixam transparecer características próprias de suas *personas*.

⁷³ Fonte: Google

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer desta pesquisa buscamos responder como os corpos dos mediadores do Jornal Nacional produzem significados às coberturas dos movimentos sociais “Diretas Já” e “Passe Livre”. Na empreitada de compreender tal problemática, partimos do pressuposto de que a mediação dos corpos dos sujeitos apresentadores constroem sentidos nos telejornais e que esse processo de organização tecno-discursiva é afetado pela injunção de distintas questões: perfil editorial; pacto sobre o papel do jornalismo; modalidade de notícia; competências tecnológicas e distintas concepções de jornalismo da “sociedade dos meios” e da “sociedade em vias de midiatização”.

A despeito disso, percebemos que apesar de estarem inseridos em contextos distintos, separados tecnológica, política e socialmente, os corpos televisivos dos apresentadores do Jornal Nacional incorporam códigos – próprios do ambiente televisivo - que produzem significações ao enunciado. Contudo, esta produção de sentido se faz com certas particularidades.

Na cobertura das “Diretas Já”, ocorrida nos anos de 83 e 84, e situada na “sociedade dos meios”, os corpos de Cid Moreira, Sérgio Chapelin e Marcos Hummel produziram sentidos ao longo de toda essa cobertura, tanto inicialmente - quando o noticiário quis “apagar” o movimento, indo de encontro aos interesses da ditadura, que governava o Brasil naquela época – quanto na medida em que o telejornal passou a dar notoriedade à campanha - após a Rede Globo ser criticada pelo seu posicionamento tendencioso por parte dos atores sociais envolvidos nesses movimentos.

Percebemos também que ainda estando inseridos numa sociedade marcada pela ausência da midiatização, bem como pelo restrito acesso aos aparatos tecno-discursivo, os corpos dos apresentadores do JN dos anos 80 deixam “rastros” sutis de suas *personas*. Desta forma, a “modesta” *performance* desses mediadores nos fazem perceber características próprias do seu corpo original, que naquele momento, ainda que assumindo a missão de mediar informações de grande relevância social, sofrem influência da cultura, do humor, e das vivências humanas. Neste sentido, percebemos no corpo de Sérgio Chapelin aspectos que o identificam enquanto um homem elegante, de “porte sofisticado”, assim como o telejornal que ele representa. A despeito disso, ressaltamos que o poder de sedução está intrínseco ao “jogo do audiovisual”, da qual “a sedução oferece gozo, fantasia, poder e, em troca, captura o discurso que se torna cúmplice desse encantamento.”. (ROSÁRIO, 2002, p. 01)

Já a *performance* de Marcos Hummel nos faz enxergar uma relação de proximidade, intimidade com a notícia. Isto porque diferente da maioria dos apresentadores que atuavam naquela época, Hummel possui formação acadêmica na área da comunicação, fato que o fazia se sentir mais à vontade não só com o ambiente televisivo, mas principalmente com o processo de construção da notícia.

Ao analisar as subjetividades inerentes ao corpo de Cid Moreira, pudemos perceber que os aspectos corporais do “locutor de notícia” refletem uma postura rígida, “engessada”, pouco atorizada. Perceber neste corpo traços pertencentes a um “mundo externo” ao da TV é uma missão árdua. Contudo, é justamente essa conduta austera que nos fez identificar em Cid Moreira o papel de “guardião”, “porta-voz” oficial do Jornal Nacional. Por ocupar a bancada do JN desde sua criação, e por se manter nessa função com o passar dos anos, este mediador possui autoridade suficiente para se mostrar enquanto “chefe” deste telejornal. A manutenção dos cabelos grisalhos do apresentador reforça a ideia de que ele não está ali para ser o sedutor, mas sim o mais experiente dos profissionais, e por isso, merece ser respeitado e obedecido.

Observando o desempenho destes três mediadores, percebemos que os corpos televisivos por ocasião da “sociedade dos meios” possuem pouca liberdade de atorizar o acontecimento. Trata-se de uma *performance* limitada, “engessada”, presa a um *script* que assegura, de forma previsível, a construção de um ritual no qual a recepção está a espera de um dito, como diria Fausto Neto. Essa sociedade não prevê a participação da instância receptora no processo de produção da notícia, fato que reforça o papel mediador do jornalista-anunciador, atribuindo a este uma posição de centralidade.

Percebemos, ainda, que mesmo com a incipiência dos aparatos tecnológicos e midiáticos - fato que reforça a posição de centralidade destes mediadores - o ativismo social dos anos 80 pressionou a Rede Globo, bem como o Jornal Nacional, a mudar seu comportamento diante das “Diretas Já” e passar, então, a cobrir tal movimento, revelando assim o seu caráter verídico: pedir o reestabelecimento das eleições diretas para presidente. Este fato trouxe ressignificações não apenas às rotinas produtivas e ao processo de enunciação do telejornal, mas também aos interesses econômicos, ideológicos, institucionais e editoriais da empresa. Isto porque ao atender as demandas do “sistema de resposta social” (BRAGA, 2006) a Rede Globo teve que repensar o pacto sobre o papel do jornalismo que vinha construindo ao longo dos anos e assim, pela primeira vez desde sua criação do Jornal Nacional, se opor às imposições do governo militar que, obviamente, não queria que o sentimento de democracia se alastrasse pelo país.

Já no ano de 2013, durante a cobertura do “Movimento Passe Livre”, os corpos de Patrícia Poeta e William Bonner, inseridos na “sociedade em vias de midiatização”, apontam para um novo regime de discursividade, na qual operam-se novas dinâmicas de produção de sentido. Neste contexto, a simetria do esquema de interação pleiteado pelo dispositivo de *tevé* sofre alterações, na medida em que os atores sociais se inserem nas rotinas produtivas televisivas e passam a fazer parte dos insumos produtivos desta.

No caso do “Movimento Passe Livre”, essa mudança no sistema de interação pôde ser observada através do ativismo de grupos de comunicação independente, a exemplo do Mídia Ninja (Narrativas Independente Jornalismo e Ação), que cobriram em tempo real os protestos de rua de diversas partes do Brasil, e com a colaboração de outros atores sociais (jornalistas ou não) produziram informações que questionavam a cobertura das mídias ditas tradicionais e, ao mesmo tempo, serviam de fonte de informação para a sociedade como um todo. Esse sistema de interação entre emissão-recepção (e vice-versa) possibilitou aos *ciberativistas*, através das redes sociais, ecoar seus gritos de protesto contra a cobertura enviesada que a Rede Globo vinha fazendo acerca do “Passe Livre”. As campanhas #AGloboNãoMeRepresenta e #OPovoNãoÉBoboAbaixoARedeGlobo em pouco tempo migraram suas taxonomias para o ambiente físico - as ruas - e após tomar proporções grandiosas, levou o Jornal Nacional a divulgar, no dia 17 de junho, um editorial onde o telejornal tentava explicar sua postura diante de seus telespectadores.

Neste dia, o texto lido por Patrícia Poeta, apesar de tentar responder às críticas dos *cibertativistas*, não abriu espaço para que este grupo pudesse se inserir nos insumos produtivos do telejornal de forma direta. Afinal, convém reiterar que se tratou de um editorial da Rede Globo de Televisão, um texto antes de tudo institucional. Contudo, vale enfatizar, que não faz parte do estilo ou modo de endereçamento do JN abrir espaço para os telespectadores, para serem colaboradores desse telejornal como ocorre em alguns momentos com telejornais da emissora, especialmente, os telejornais do meio dia de suas afiliadas.

Por esta perspectiva, dialogamos, então, com Primo (2013), para quem a força dos movimentos espontâneos em rede é inquestionável. Isto porque o *ciberativismo* tem se mostrado um forte aliado do “sistema de resposta social”, na medida em que os questionamentos da sociedade diante do papel desempenhado pela mídia ecoam pelo ambiente virtual e chegam ao ambiente físico com tal intensidade, a ponto provocar mudanças significativas no discurso midiático, a exemplo do nosso objeto aqui analisado. Lembramos, contudo, que ao traçar estratégias de mudança de discurso, diante da repressão social, os

corpos dos mediadores também sofrem influências deste “sistema de resposta social”, pois se constituem enquanto elemento de produção de sentido da notícia. Tal fenômeno não era percebido com frequência, nem com a mesma intensidade, na “sociedade dos meios”, onde contato entre as instâncias da emissão e da recepção acontecia de modo pouco eficiente.

Assim, percebendo a competência das redes sociais no processo comunicativo, o Jornal Nacional procura também se instalar no *ciberespaço*, antevendo algumas notícias, dialogando com os internautas e, especialmente, buscando mantê-los próximos, a fim de “não perdê-los de vista”. Outras vezes a internet é usada para processos de atorização, de exposição da intimidade, a exemplo da exibição dos preparos do editor-chefe e apresentador do programa, Bonner. Portanto, as estratégias de auto-referencialidade contribuem para a construção da “centralidade dos apresentadores” no telejornal. O corpo de Bonner atua enquanto elemento de construção dessa lógica, um estímulo ao culto da beleza e charme do apresentador, ou seja, um mecanismo de tornar o apresentador uma celebridade e reforçar o seu papel de mediador central da notícia, ele se dando a ver. Sobre esta transformação na “topografia jornalística”, Fausto Neto (2008, p. 97) lembra que esta exposição dos apresentadores serve “não só para sinalizar que têm «corpo e alma», mas também para situá-los, enquanto novos tipos de «celebridade», na vitrine do próprio processo produtivo, na qual se descreve, pela eleição destes personagens, as virtudes do seu próprio trabalho”.

Neste sentido, afirmamos também que, recorrentemente, a interação com os internautas se dá à nível de convite, convocando-os a serem telespectadores do telejornal. Logo, os mecanismos de conversação com os telespectadores são acionados fora da bancada do telejornal, com apelos para que o internauta ocupe o lugar que o telejornal lhe reserva, o “lugar de telespectador passivo” do noticiário.

Com efeito, podemos afirmar que um dos aspectos apontados por Fausto Neto (2008) acerca da sociedade em vias de midiatização, qual seja a “protagonização do leitor”, não condiz com a conduta do Jornal Nacional. Mensagens, vídeos e outros materiais enviados pelos telespectadores só vão ao ar em casos específicos e de forma muito esporádica. Esses fatos confirmam a nossa hipótese, de que, ainda que esteja inserido na “sociedade em vias de midiatização”, o Jornal Nacional se utiliza de mecanismos para minimizar a presença dos atores sociais em seu funcionamento tecno-discursivo. Este “apagamento” do corpo coletivo se dá por vias de adoção de estratégias discursivas, que visam preservar o poder de mediação do telejornal, assim como acontecia na “sociedade dos meios”, como forma de continuar a exercer a autoridade como principal telejornal do mercado midiático televisual brasileiro.

A partir do que fala Fausto Neto (2008) acerca da “analítica da midiática”, pudemos apontar nesta investigação certos aspectos midiáticos que fortalecem a caracterização dos dois recortes aqui estudados enquanto sociedade “midiaticizada” ou não. Na cobertura do “Movimento Passe Livre”, o cenário do Jornal Nacional não só apresenta recursos tecnológicos mais sofisticados, como insere enquanto “pano de fundo” a redação do JN em suas práticas produtivas ao vivo, indicando uma transformação na “topografia jornalística” daquele telejornal. Esta característica, típica da sociedade em “vias de midiaticização” também pode ser observada no momento em que Willian Bonner, editor-chefe e principal apresentador do telejornal, sai da bancada para apresentar o telejornal num ambiente externo - nesta ocasião, na cidade de Fortaleza, que recebia a seleção brasileira para os jogos da Copa das Confederações em 2013. Além disso, ao ler o editorial em defesa da emissora, no dia 17 de junho de 2013, Patrícia Poeta relata em seu discurso o modo com que o JN vinha construindo sua cobertura acerca do Movimento, promovendo assim, um discurso de “auto-referencialidade do processo produtivo” e de “auto-reflexividade” sobre a rotina produtiva do telejornal.

Este ambiente, marcado pelo fenômeno da midiaticização, expande as fronteiras da atorização do acontecimento, e nos faz perceber com mais clareza aspectos inerentes às *personas* de Poeta e Bonner, que ainda buscando manter os padrões de apresentação mais formal, deixam transparecer em suas *performances* aspectos próprios do mundo “fora da televisão”. Isto porque mesmo se reconfigurando, assumindo variações de papéis, ao ser atravessado pela técnica o corpo televisivo deixa rastros do corpo original (ROSÁRIO, 2009). Assim, percebemos que William Bonner, assume o posto antes ocupado por Cid Moreira: o de “chefe da bancada”. Sua postura de autoridade nos lembra a todo instante quem é o “porta-voz” oficial do Jornal Nacional. Vale lembrar que este corpo, ao se estender para o ambiente virtual tem sua austeridade fragilizada, e passa então a ganhar novos contornos: o de um corpo simpático, símbolo de beleza e que sabe “ouvir” o outro e não apenas “falar”, como acontece na TV. Já Patrícia Poeta assume o papel de coadjuvante do espetáculo midiático. Ele está sempre à margem, por isso perde um pouco de espaço quando divide a bancada com Bonner. Diferente do parceiro, o corpo de Patrícia Poeta quase sempre vira alvo de piadas na internet. Seus deslizes durante a apresentação do JN viram *meme* nas redes sociais, e fazem com que, conseqüentemente, a imponente do noticiário também se fragilize. Talvez tenha sido essas constantes críticas à apresentadora que a tenham levado a ser substituída por

Renata Vasconcelos, que exibe um perfil mais parecido com o de Bonner, de quem não se contenta com o cargo de “sub-apresentador”.

Por fim, lembramos que Santaella (2004) em uma de suas obras, retoma o discurso de Foucault, para quem o corpo não só recebe sentido pelo discurso, mas é inteiramente constituído por ele. Desta forma, e reconhecendo o papel dos movimentos sociais nos insumos da produção jornalística, pudemos compreender que o ativismo por parte dos manifestantes resultou em flutuações no discurso do Jornal Nacional nos dois casos, “Diretas Já” e “Passe Livre”. No primeiro recorte, o JN passa a não mais “apagar” o movimento pró-diretas e, no segundo, desconstrói a narrativa de “medo” e “vandalismo” que vinha sendo estruturada. Neste sentido, podemos perceber que os corpos televisivos que constroem sentidos nos telejornais, bem como a organização tecno-discursiva das instituições jornalísticas, na medida em que afetam o processo comunicativo também são afetados pelo contato com a recepção.

É interessante lembrar ainda, que a produção de sentidos advinda dos corpos televisivos não é resultado apenas dos aspectos “orgânicos” dos mediadores, mas também de características próprias de sua *persona*. Isto porque o corpo neste trabalho é percebido em seu sentido mais amplo, sendo afetado pela cultura, pelo sentimento, pela religião, etc. Assim, os corpos de Cid Moreira, Sérgio Chapelin, Marcos Hummel, Patrícia Poeta e Willian Bonner foram analisados com base na unidade “corpo/mente”. Contudo, por estarem inseridos num contexto mais limitado, tecnológica e discursivamente falando, os corpos dos três primeiros apresentadores refletiram em menor grau as características de sua *persona*.

Chegar ao final desta pesquisa não implica dizer que o assunto se encerra por aqui. Pelo contrário. Ensejamos que esta dissertação aponte caminhos para outros estudos acerca do corpo televisivo. Por isto, dialogamos com o pensamento de Morin (2005, p. 24), para quem “a renúncia à completude e ao exaustivo é uma condição do conhecimento do conhecimento”. Neste sentido, esperamos que nossas contribuições abram novas perspectivas, lancem outras propostas, apontem lacunas a serem debatidas e estimulem nos pesquisadores o desejo de compreender os complexos significados do corpo no contexto midiático.

REFERÊNCIAS

- ABRIL. <http://super.abril.com.br/multimedia/memes-682294.shtml>. Acesso em: 17 de julho de 2014.
- ALMEIDA, Thiago; EVANGELISTA, Amanda Falcão. Tecnologia móveis, mídias independentes e coberturas de mobilizações sociais urbanas: as influências do “midialivrismo” na sociedade midiaticizada. Anais do II Colóquio da Semiótica das Mídias. Vol. 2, nº 1, Japaratinga, AL: UFAL, 2013.
- ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de La noticia**. Ed. Paidós, 2ª Reimpressão, 1996.
- AMORIM, Paulo Henrique. **Brizola na Globo**. Observatório da Imprensa, ed. 283, 2004.
- AQUINO, A. P. P. **Casal Nacional: configurações do corpo e do figurino no telejornalismo**. Dissertação de mestrado em Estudos da Mídia – UFRN, 2011.
- BARBOSA, Suzana; FIRMINO, Fernando; NOGUEIRA, Leila. **Análise da convergência de conteúdos em produtos jornalísticos com presença multiplataforma**. Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano, nº 2, 2013.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BORGES, Juliano. **Webjornalismo: política e jornalismo em tempo real**. São Paulo: Apicuri, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **Meditações pascalianas**. 2. ed. Trad. Sérgio Miceli. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**. Dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.
- BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.
- CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **A audiência convergida do telejornal nas Redes Sociais**. Tese de Pós-doutorado no Laboratório de Comunicação Online do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (Universidade da Beira Interior/LabCom/Portugal), 2014.
- CANITO, Newton. **Televisão na era digital** – interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.
- CASSETTI, Francesco; ODIN, Roger. **De La paléo à La néotélévision**. Revista Communications: TélévisionsMutations, nº 51, 1990.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo, Ed. Contexto, 2006.

CORREIA, Ben-Hur. **A circulação da informação jornalística no ciberespaço: conceitos e proposta de classificação de estruturas**. In: SCHWINGLE, Carla; ZANOTTI, Carlos (Orgs.). *A Produção e colaboração no Jornalismo Digital*. Florianópolis: Ed. Insular, 2010.

DEJAVITE, Fabia Angélica. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.

DONATON, S. **Publicidade + entretenimento: por que essas duas indústrias precisam se unir para garantir a sobrevivência mútua**. Tradução de Álvaro Opermann. São Paulo: Cultrix, 2007.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias de (Orgs.). **Comunicação Audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

FAUSTO NETO, Antônio. **Discursos: estudos da linguagem como prática social**. Rio de Janeiro, 2005.

FAUSTO NETO, Antônio. **Fragments de uma analítica da midiatização**. Revista MATRIZES, N. 2, abril de 2008.

FAUSTO NETO, Antônio. **O jornalismo e os limites de representação do real**. In: *Discursos – Estudos da linguagem como prática social*. Núcleo de Pesquisa em estratégias de comunicação - ECO / RJ, 2005.

FAUSTO NETO, Antônio, SGORLA, Fabiane. **Zona em construção: acesso e mobilidade da recepção na ambiência jornalística**. Salvador, Compós, 2013.

FAUSTO NETO, Antônio.– **Transformações nos discursos jornalísticos – a atorização do acontecimento**. Cap. XIII In: MOULLIAUD, Maurice. *O Jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012.

FIDLER, Roger. *Mediamorphosis – understanding new media*. California: Pine Forge Press, 1997. In: **Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar**. FINGER, Cristiane; SOUZA, Fábio Canatta de. *Revista Famecos*, Porto Alegre, V. 19, n. 2, 2012

FINGER, C. (2013). *O telejornal em qualquer lugar: uma sondagem sobre a recepção de notícias nos dispositivos portáteis*. Disponível em: www.ucs.br. Acesso em 10.03.2014.

FIRMINO, Fernando. **Jornalismo e tecnologias portáteis na cultura da mobilidade: tipologias para pensar o cenário**. In: *Produção e Colaboração no Jornalismo Digital*. SCHWINGGEL, C.; ZANOTTI, C. A. (org) – Florianópolis: Insular, 2010.

GLOBO. <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/08/organizacoes-globo-divulgam-documento-com-principios-editoriais.html>. Acesso em: 08 de agosto de 2014.

GLOBO. <http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.pdf>. Acesso em: 08 de agosto de 2014.

GOMES, Itânia Maria Mota. **A Noção de Gênero Televisivo como Estratégia de Interação: o Diálogo entre os *Cultural Studies* e os Estudos da Linguagem.** Revista Fronteiras, Vol. IV, nº 2, 2002.

GOMES, Itânia Maria Mota. **Questões de método na análise do jornalismo: premissas, conceitos, operadores analíticos.** Revista e-compos, Brasília, v. 8, abr. 2007.

GOMES, Itânia Maria Mota. **Telejornalismo de qualidade: Pressupostos teórico-metodológicos para análise.** Compós, São Paulo, 2006.

GOMES, Itânia Maria Mota. **Televisão e Realidade.** Salvador, EDUFBA, 2009.

IBOPE. <http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/Infograficos/Paginas/Um-novo-cenario-para-o-consumo-de-midia.aspx>. Acesso em: 17 de junho de 2014.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão.** Porto Alegre: Editora Sulina, 2004.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André, CUNHA, Paulo (orgs). Olhares sobre a cibercultura. Sulina: Porto Alegre, 2003.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Muito além do Jardim Botânico.** São Paulo: Summus, 1985.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo.** A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

MEDINA, Cremilda. **Um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial.** 2 ed. São Paulo: Sannus, 1988.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia faz história.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

MEMÓRIA GLOBO. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/>. Acesso em: 10 out. 2014.

MORETZSHON, Sylvia. **Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade.** Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MORIN, Edgar. **O método 3: o conhecimento do conhecimento.** Porto Alegre: Sulinas, 2005.

PEREIRA, Fábio; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempos de mudanças estruturais. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 38-57, 2011.

PRINCÍPIOS editoriais das Organizações Globo. 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.pdf> Acesso em: 10 de out. 2014.

PRIMO, Alex (Org.) **Interações em rede.** Porto Alegre, Editora Sulina, 2013.

ROSÁRIO, Nísia Martins do. **Corpo em tempo de pós-modernidade**. In: DORNELEES, Beatriz. “Mídia, imprensa e as novas tecnologias”. 1 ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

ROSÁRIO, Nísia Martins do. **Corporalidades audiovisuais: Transcendência e ludicidade**. XVIII Encontro da Compós, PUC-MG, Belo Horizonte, MG, 2009.

ROSÁRIO, Nísia Martins do. **Informação na tevê: a estética do espetáculo**. In: Elizabeth Bastos Duarte & Maria Lília de Castro. (Org.). *Televisão - entre o mercado e a academia*. 1 ed. Porto Alegre, 2006.

ROSÁRIO, Nísia Martins do. **Redes de Significação no desenho das corporalidades**. In: SILVA, A. R. da; BENTZ, I. M. G. *Percursos Semióticos: significação, codificação, semiose e interface*. São Paulo: Kazuá, 2012.

ROSÁRIO, Nísia Martins do. **Televisão: simulação em tempo real e sedução em tempo integral**. In: *Revista Verso Reverso*, São Leopoldo, v. 32, 2002.

SÁ BARRETO, Virgínia. **Comunidades simbólicas: identificação imaginária, pactos e vínculos em telejornalismo**. João Pessoa, Editora UFPB, 2013.

SANTAELLA, Lúcia. **Corpo e comunicação: sintoma de cultura**. São Paulo : Paulus, 2004.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTI, Vilso Júnior. A “**cultura da convergência**” e o processo de apuração no **Webjornalismo**. *Rev. Estud. Comun.*, Curitiba, v. 12, n. 28, p. 141-152, maio/ago. 2011.

SIGNATES, Luiz. **Jornalismo e internet: 10 sinais de mudança de lugar**. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio Dayrell. *O jornal - da forma ao sentido*. 3 ed. Brasília: Ed. Unb, 2012.

SILVA, Tomaz Tadeu da Silva. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais** / Tomaz Tadeu da Silva (org.), Stuart Hall, Kathryn Woodward – Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2004.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. V. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público, uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1997.

WOLTON, Dominique. **Entrevista à Revista MídiaComDemocracia**, publicação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), n. 8, 2009.

ANEXO I

1. PRINCÍPIOS EDITORIAIS DO GRUPO GLOBO

Desde 1925, quando O Globo foi fundado por Irineu Marinho, as empresas Jornalísticas das Organizações Globo [*hoje Grupo Globo*], comandadas por quase oito décadas por Roberto Marinho, agem de acordo com princípios que as conduziram a posições de grande sucesso: o êxito é decorrência direta do bom jornalismo que praticam. Certamente houve erros, mas a posição de sucesso em que se encontram hoje mostra que os acertos foram em maior número. Tais princípios foram praticados por gerações e gerações de maneira intuitiva, sem que estivessem formalizados ordenadamente num código. Cada uma de nossas redações sempre esteve imbuída deles, e todas puderam, até aqui, se pautar por eles. Por que, então, formalizá-los neste documento?

Com a consolidação da Era Digital, em que o indivíduo isolado tem facilmente acesso a uma audiência potencialmente ampla para divulgar o que quer que seja, nota-se certa confusão entre o que é ou não jornalismo, quem é ou não jornalista, como se deve ou não proceder quando se tem em mente produzir informação de qualidade. A Era Digital é absolutamente bem-vinda, e, mais ainda, essa multidão de indivíduos (isolados ou mesmo em grupo) que utiliza a internet para se comunicar e se expressar livremente. Ao mesmo tempo, porém, ela obriga a que todas as empresas que se dedicam a fazer jornalismo expressem de maneira formal os princípios que seguem cotidianamente. O objetivo é não somente diferenciar-se, mas facilitar o julgamento do público sobre o trabalho dos veículos, permitindo, de forma transparente, que qualquer um verifique se a prática é condizente com a crença. As Organizações Globo [*hoje Grupo Globo*], diante dessa necessidade, oferecem ao público o documento “Princípios Editoriais das Organizações Globo” [*hoje “Princípios Editoriais do Grupo Globo”*].

É possível que, para a maioria, ele não traga novidades. Se isso acontecer, será algo positivo: um sinal de que a maior parte das pessoas reconhece uma informação de qualidade, mesmo neste mundo em que basta ter um computador conectado à internet para se comunicar. Desde logo, é preciso esclarecer que não se tratou de elaborar um manual de redação. O que se pretendeu foi explicitar o que é imprescindível ao exercício, com integridade, da prática jornalística, para que, a partir dessa base, os veículos das Organizações Globo [*hoje Grupo Globo*] possam atualizar ou construir os seus manuais, consideradas as especificidades de cada um. O trabalho tem o preâmbulo “Breve definição de jornalismo” e três seções: a) Os atributos da informação de qualidade; b) Como o jornalista deve proceder diante das fontes, do público, dos colegas e do veículo para o qual trabalha; c) Os valores cuja defesa é um imperativo ao jornalismo.

O documento resultou de muita reflexão, e sua matéria-prima foi a nossa experiência cotidiana de quase nove décadas. Levou em conta os nossos acertos, para que sejam reiterados, mas também os nossos erros, para que seja possível evitá-los. O que nele está escrito é um compromisso com o público, que agora assinamos em nosso nome e de nossos filhos e netos.

Rio de Janeiro, 6 de agosto de 2011

BREVE DEFINIÇÃO DE JORNALISMO

De todas as definições possíveis de jornalismo, a que o Grupo Globo adota é esta: jornalismo é o conjunto de atividades que, seguindo certas regras e princípios, produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas. Qualquer fato e qualquer pessoa: uma crise política grave, decisões governamentais com grande impacto na sociedade, uma guerra, uma descoberta científica, um desastre ambiental, mas também a narrativa de um atropelamento numa esquina movimentada, o surgimento de um buraco na rua, a descrição de um assalto à loja da esquina, um casamento real na Europa, as novas regras para a declaração do Imposto de Renda ou mesmo a biografia das celebridades instantâneas. O jornalismo é aquela atividade que permite um primeiro conhecimento de todos esses fenômenos, os complexos e os simples, com um grau aceitável de fidedignidade e correção, levando-se em conta o momento e as circunstâncias em que ocorrem. É, portanto, uma forma de apreensão da realidade.

Antes, costumava-se dizer que o jornalismo era a busca pela verdade dos fatos. Com a popularização confusa de uma discussão que remonta ao surgimento da filosofia (existe uma verdade e, se existe, é possível alcançá-la?), essa definição clássica passou a ser vítima de toda sorte de mal-entendidos. A simplificação chegou a tal ponto que, hoje, não é raro ouvir que, não existindo nem verdade nem objetividade, o jornalismo como busca da verdade não passa de uma utopia. É um entendimento equivocado. Não se trata aqui de enveredar por uma discussão sem fim, mas a tradição filosófica mais densa dirá que a verdade pode ser inesgotável, inalcançável em sua plenitude, mas existe; e que, se a objetividade total certamente não é possível, há técnicas que permitem ao homem, na busca pelo conhecimento, minimizar a graus aceitáveis o subjetivismo.

É para contornar essa simplificação em torno da “verdade” que se opta aqui por definir o jornalismo como uma atividade que produz conhecimento. Um conhecimento que será constantemente aprofundado, primeiro pelo próprio jornalismo, em reportagens analíticas de maior fôlego, e, depois, pelas ciências sociais, em especial pela História. Quando uma crise política eclode, por exemplo, o entendimento que se tem dela é superficial, mas ele vai se adensando ao longo do tempo, com fatos que vão sendo descobertos, investigações que vão sendo feitas, personagens que resolvem falar. A crise só será mais bem entendida, porém, e jamais totalmente, anos depois, quando trabalhada por historiadores, com o estudo de documentos inacessíveis no momento em que ela surgiu. Dizer, portanto, que o jornalismo produz conhecimento, um primeiro conhecimento, é o mesmo que dizer que busca a verdade dos fatos, mas traduz com mais humildade o caráter da atividade. E evita confusões.

Dito isso, fica mais fácil dar um passo adiante. Pratica jornalismo todo veículo cujo propósito central seja conhecer, produzir conhecimento, informar. O veículo cujo objetivo central seja convencer, atrair adeptos, defender uma causa, faz propaganda. Um está na órbita do conhecimento; o outro, da luta político-ideológica. Um jornal de um partido político, por exemplo, não deixa de ser um jornal, mas não pratica jornalismo, não como aqui definido: noticia os fatos, analisa-os, opina, mas sempre por um prisma, sempre com um viés, o viés do partido. E sempre com um propósito: o de conquistar seguidores. Faz propaganda. Algo bem diverso de um jornal generalista de informação: este noticia os fatos, analisa-os, opina, mas com a intenção consciente de não ter um viés, de tentar traduzir a realidade, no limite das possibilidades, livre de prismas. Produz conhecimento. O Grupo Globo terá sempre e apenas veículos cujo propósito seja conhecer, produzir conhecimento, informar.

É claro que um jornal impresso, uma revista, um telejornal, um noticiário de rádio e um site noticioso na internet podem ter diversas seções e abrigam muitos gêneros: o noticiário propriamente dito, os editoriais com a opinião do veículo, análises de especialistas, artigos

opinativos de colaboradores, cronistas, críticos. E é igualmente evidente que a opinião do veículo vê a realidade sob o prisma das crenças e valores do próprio veículo. Da mesma forma, um cronista comentará a realidade impregnado de seu subjetivismo, assim como os articulistas convidados a fazer as análises. Livre de prismas e de vieses, pelo menos em intenção, restará apenas o noticiário. Mas, se de fato o objetivo do veículo for conhecer, informar, haverá um esforço consciente para que a sua opinião seja contradita por outras e para que haja cronistas, articulistas e analistas de várias tendências.

Em resumo, portanto, jornalismo é uma atividade cujo propósito central é produzir um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas.

SEÇÃO I

OS ATRIBUTOS DA INFORMAÇÃO DE QUALIDADE

Para que o jornalismo produza conhecimento, que princípios deve seguir? O trabalho jornalístico tem de ser feito buscando-se isenção, correção e agilidade. Porque só tem valor a informação jornalística que seja isenta, correta e prestada com rapidez, os seus três atributos de qualidade.

1) A isenção:

Isenção é a palavra-chave em jornalismo. E tão problemática quanto “verdade”. Sem isenção, a informação fica enviesada, viciada, perde qualidade. Diante, porém, da pergunta eterna – é possível ter 100% de isenção? – a resposta é um simples não. Assim como a verdade é inexaurível, é impossível que alguém possa se despir totalmente do seu subjetivismo. Isso não quer dizer, contudo, que seja impossível atingir um grau bastante elevado de isenção. É possível, desde que haja um esforço consciente do veículo e de seus profissionais para que isso aconteça. E que certos princípios sejam seguidos. São eles:

a) Os veículos jornalísticos do Grupo Globo devem ter a isenção como um objetivo consciente e formalmente declarado. Todos os seus níveis hierárquicos, nos vários departamentos, devem levar em conta este objetivo em todas as decisões;

b) Na apuração, edição e publicação de uma reportagem, seja ela factual ou analítica, os diversos ângulos que cercam os acontecimentos que ela busca retratar ou analisar devem ser abordados. O contraditório deve ser sempre acolhido, o que implica dizer que todos os diretamente envolvidos no assunto têm direito à sua versão sobre os fatos, à expressão de seus pontos de vista ou a dar as explicações que considerar convenientes;

c) Isso não quer dizer que o relato e/ou análise de fatos serão sempre uma justaposição de versões. Ao contrário, o jornalista deve se esforçar para deixar claro o que realmente aconteceu, quando isso for possível. Se uma apuração, durante a qual se ouvem várias fontes, estabelecer como fato que certa autoridade disse isso ou aquilo durante uma reunião fechada, o relato deve ser assertivo, sem o uso do condicional. Será dito que “a autoridade disse isso e aquilo”, em vez de “a autoridade teria dito isso e aquilo”. Se a autoridade negar a afirmação publicamente, deve-se registrar a atitude, não para invalidar a apuração, mas porque a negativa passa a ser ela própria uma informação para o julgamento do público. O condicional

só será usado quando a apuração não for suficiente para que o jornalista consolide uma convicção;

d) Não pode haver assuntos tabus. Tudo aquilo que for de interesse público, tudo aquilo que for notícia, deve ser publicado, analisado, discutido;

e) Ninguém pode ser perseguido por se recusar a participar de uma reportagem; da mesma forma, ninguém pode ser favorecido por fazê-lo;

f) Todos os jornalistas envolvidos na apuração, edição e publicação de uma reportagem, em qualquer nível hierárquico, devem se esforçar ao máximo para deixar de lado suas idiossincrasias e gostos pessoais. Gostar ou não de um assunto ou personagem não é critério para que algo seja ou não publicado. O critério é ser notícia;

g) A hierarquia, numa redação, é fundamental para que o trabalho jornalístico possa ser feito a tempo e à hora. E a decisão final caberá sempre àquele que estiver no comando. Ocupantes de cargos de chefia e direção devem, contudo, ter ouvidos abertos a críticas e argumentações contrárias. O trabalho jornalístico é essencialmente coletivo, e errarão menos aqueles que ouvirem mais. Porque aquilo que pode parecer certo, acima de dúvidas, confrontado com outros argumentos, pode se revelar apenas fruto de gosto pessoal, idiossincrasia ou preconceito;

h) É imperativo que não haja filtros na composição das redações. Quanto mais diversa for uma redação – em termos de gostos, crenças, tendências políticas, orientação sexual, origens social e geográfica – mais isenta será a escolha dos assuntos a serem cobertos, discutidos e analisados, e mais abrangente a acolhida dos pontos de vista em torno deles. Esse objetivo não se alcança estabelecendo-se cotas, mas simplesmente evitando-se filtros. Os jornalistas devem ser escolhidos entre os mais capazes em suas áreas e funções, entre aqueles que têm a democracia e a liberdade de expressão como valores absolutos e universais;

i) O Grupo Globo é apartidário, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos;

j) O Grupo Globo é laico, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos;

k) O Grupo Globo repudia todas as formas de preconceito, e seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos;

l) O Grupo Globo é independente de governos, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos;

m) O Grupo Globo é independente de grupos econômicos, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos. Por esse motivo, as decisões editoriais sobre reportagens envolvendo anunciantes serão tomadas a partir dos mesmos critérios usados em relação aos que não sejam anunciantes;

n) O Grupo Globo é entusiasta do Brasil, de sua diversidade, de sua cultura e de seu povo, tema principal de seus veículos. Isso em nenhuma hipótese abrirá espaço para a xenofobia ou desdém em relação a outros povos e culturas;

o) Os jornalistas do Grupo Globo devem evitar situações que possam provocar dúvidas sobre o seu compromisso com a isenção. Por exemplo, pode acontecer que atividades sociais ou econômicas de parentes tenham impacto no trabalho cotidiano ou eventual dos jornalistas. É possível também que haja relação de amizade entre jornalistas e personalidades públicas ou personagens que estejam em destaque no noticiário ou que venham a estar. Em casos dessa natureza ou semelhantes, os jornalistas nessa situação devem comunicar o fato a seus superiores, que deverão encontrar meios de superar o conflito. Jornalistas em cargo de chefia ou que lidem diretamente com assuntos econômicos não podem fazer investimentos diretos em empresas ou em suas ações na Bolsa de Valores para que não venham a ser acusados de publicar reportagens positivas ou negativas sobre elas em benefício próprio (o investimento em fundos é permitido). De maneira geral, todo jornalista, na administração de seus investimentos, deve evitar negócios com empresas ou instituições cujas atividades cubra cotidianamente. Em caso de dúvida, a direção deve ser consultada;

p) É inadmissível que jornalistas do Grupo Globo façam reportagens em benefício próprio ou que deixem de fazer aquelas que prejudiquem seus interesses;

q) Os jornalistas do Grupo Globo não podem se engajar em campanhas políticas, de forma alguma: nelas trabalhando, anunciando publicamente apoio a candidatos ou usando adereços que os vinculem a partidos. Em seus manuais de redação, os veículos devem criar normas de quarentena para receber de volta jornalistas que tenham pedido demissão a fim de trabalhar para partidos, candidatos ou governos;

r) Os veículos do Grupo Globo devem ser transparentes em suas ações e em seus propósitos. Isso significa que o público será sempre informado sobre as condições em que forem feitas reportagens que fujam ao padrão. Assim, para citar um exemplo, se for imperativo aceitar carona num avião governamental em determinada cobertura, isso será dito ao público claramente e, sempre que possível, o governo será ressarcido das despesas. Da mesma forma, quando uma decisão editorial provocar questionamentos relevantes, abrangentes e legítimos, os motivos que levaram a tal decisão devem ser esclarecidos;

s) Os veículos do Grupo Globo estabelecerão normas, em seus manuais de redação, sobre como devem proceder seus jornalistas diante de convites e presentes. A regra geral é que nada de valor deve ser aceito;

t) Todo esforço deve ser feito para que o público possa diferenciar o que é publicado como comentário, como opinião, do que é publicado como notícia, como informação. Fora do noticiário propriamente dito, os veículos do Grupo Globo buscarão ter um corpo de comentaristas, cronistas e colaboradores, fixos ou eventuais, que seja plural, representando o arco mais amplo de tendências legítimas em uma sociedade democrática. Articulistas, cronistas e colaboradores fixos têm de zelar para que os dados objetivos usados para sustentar suas opiniões estejam corretos. O mesmo deve acontecer com convidados, embora, neste caso, a responsabilidade pelo que é dito seja deles e não do veículo;

u) Os jornalistas do Grupo Globo agirão sempre dentro da lei, procurando adaptar seus métodos de apuração ao arcabouço jurídico do país. Como o interesse público deve vir sempre em primeiro lugar, buscarão o auxílio de especialistas para que não sejam vítimas de interpretações superficiais da legislação;

v) Uma pessoa poderá ser apresentada como suspeita de crime ou irregularidade quando investigações jornalísticas, feitas segundo os preceitos deste documento, assim permitirem. A reportagem terá de trazer a versão da pessoa acusada, de forma ampla, se ela se dispuser a falar;

w) Denúncia anônima não é notícia; é pauta, mesmo se a fonte for uma autoridade pública: a denúncia deve ser investigada à exaustão antes de ser publicada (ver seção II item 4-e);

x) Denúncias e acusações, feitas em entrevistas por pessoas devidamente identificadas, que desfrutem de credibilidade, seja pelo cargo que ocupam, seja pela história de vida, podem ser publicadas, sem investigação própria, mas, necessariamente, acompanhadas pela versão dos acusados, de preferência no mesmo dia, quando estes se dispuserem a falar. Denúncias feitas em entrevistas por pessoas sem credibilidade, como criminosos, por exemplo, mesmo se identificadas, devem ser exaustivamente investigadas, antes de serem publicadas;

y) Uma reportagem pode legitimamente apresentar uma pessoa como suspeita de crime ou irregularidade quando a suspeição partir oficialmente de alguma autoridade pública e estiver registrada em documento ou entrevista. O anúncio oficial de que alguém é suspeito de crime ou irregularidade é um fato, que pode ser registrado dependendo de sua relevância para a sociedade. Ao jornalista, cabe informar sobre o estágio em que se encontram as investigações, devendo sempre cobrar os indícios que levaram a autoridade a sustentar suas suposições, publicando-os, acompanhados da versão da pessoa acusada, se ela se dispuser a falar. Se a autoridade errar e culpar um inocente, o fato deve ser publicado com o mesmo destaque, e a polícia deve ser cobrada por seus erros;

z) Os veículos jornalísticos do Grupo Globo devem priorizar sempre suas próprias investigações e publicar o que resultar delas apenas se houver convicção formada de que a reportagem é legítima. Dessa forma, não é automática a publicação de repercussões sobre reportagens de outros veículos. Isso só deve ocorrer se o exame da reportagem produzir, de imediato, a convicção de que nela há elementos de verdade. Do contrário, é imperioso que haja investigação própria e, somente depois, se for o caso, repercutir a reportagem. Há ocasiões em que a mera publicação de uma reportagem produz efeitos instantâneos. Quando for assim, publicam-se os efeitos, descreve-se a reportagem, mas ressaltando-se a sua origem e, de modo algum, acolhendo-a como verdadeira. Tudo dependerá do caso, do assunto, do momento e dos efeitos que ela produzir. Mas pode-se dizer, de modo geral e a título de exemplo, que um ministro emitir uma nota respondendo a uma reportagem não é motivo suficiente para que um veículo do Grupo Globo a repercuta, antes de investigação própria; a queda do ministro, porém, sim, justifica a publicação.

2) A correção:

Correção é aquilo que dá credibilidade ao trabalho jornalístico: nada mais danoso para a reputação de um veículo do que uma reportagem errada ou uma análise feita a partir de dados equivocados. O compromisso com o acerto deve ser, portanto, inabalável em todos os veículos do Grupo Globo. É evidente que, depois de tudo o que aqui já foi dito sobre o conceito de “verdade”, não é demais dizer que estar correto é procurar descrever e analisar os fatos da maneira mais acurada, dadas as circunstâncias do momento. Nesse sentido, a correção é um processo, uma construção que vai se dando dia após dia. O jornalista investiga os fatos, pouco a pouco, e vai montando um quebra-cabeça. O retrato final estará ainda

incompleto, à espera da História, mas terá de ser já, necessariamente, uma silhueta com contornos visíveis. Não há fórmula, e nem jamais haverá, que torne o jornalismo imune a erros, porém. Quando eles acontecem, é obrigação do veículo corrigi-los de maneira transparente, sem subterfúgios, num movimento que é ele próprio essencial à busca da informação correta. Um dos mecanismos que mais contribuem no controle de qualidade posterior à publicação das informações é a reação do público. É essencial, portanto, que todos os veículos do Grupo Globo tenham, cada um à sua maneira, estruturas que recebam amplamente as observações do público, críticas ou elogiosas, para processá-las, entendê-las e dar seguimento a elas. Na busca pela correção, é necessário seguir os princípios:

a) Informações, para serem publicadas, devem ser confirmadas pelo maior número de fontes possível. Exceção feita às informações oficiais, de entidades públicas ou privadas;

b) Informações e imagens enviadas pelo público pela internet só devem ser publicadas depois de averiguação quanto à sua veracidade. Na cobertura de eventos em que o trabalho de jornalistas esteja cerceado, haverá casos em que será necessária a publicação de informações e imagens assim obtidas, sem averiguação, mas o público deverá ser avisado de que não há como confirmar se são verdadeiras;

c) O rigor com minúcias não é exagero, mas obrigação. Todos os dados de uma reportagem – nomes, datas, locais, horários, idades, endereços, referências históricas, descrições de processos, definições científicas, termos de um contrato, explicações sobre formas de governo, enfim, tudo o que de objetivo houver numa reportagem – devem ser exatos, corretos, sem erros;

d) Todo repórter é responsável pela exatidão daquilo que apura, mas, como em jornalismo quase tudo se faz coletivamente, todos os envolvidos na edição de uma reportagem devem estar atentos para perceber inexatidões. Expressar dúvidas sobre dados de uma reportagem antes de sua publicação é a melhor maneira de torná-la mais exata;

e) A revisão não é uma forma de controle ou censura. É parte integrante e fundamental do processo jornalístico, e sua principal função é evitar erros. Se o processo jornalístico prescindiu da figura clássica do revisor, foi apenas porque todos os envolvidos numa reportagem se tornaram revisores. Nesse sentido, nenhuma reportagem deve ser publicada apenas com o exame do autor: é indispensável que outros envolvidos no processo participem desse exame;

f) Ferramentas tecnológicas hoje permitem o acesso rápido a bancos de dados confiáveis. Todas as redações do Grupo Globo devem viabilizar tal acesso, e seus jornalistas devem se impor como obrigação consultar tais arquivos;

g) Em reportagens que requeiram conhecimento técnico, a consulta a especialistas deve ser obrigatória. Nenhum jornalista precisa ser médico, químico, biólogo ou historiador. Mas, por isso mesmo, para não errar em assuntos técnicos, todo jornalista precisa se socorrer de assessoria especializada, ouvindo sempre mais de um técnico toda vez que o assunto for controverso;

h) Quanto mais diversificado for o interesse dos jornalistas por disciplinas que não fazem parte de sua formação universitária básica, mais equipada estará uma redação para tratar dos múltiplos assuntos com que lida diariamente. Ilustrar-se continuamente é dever intransferível

de todo jornalista: num mundo em constante evolução, nenhum jornalista deixa de estar em aprendizado contínuo. Os veículos do Grupo Globo, no entanto, devem montar programas e estruturas de treinamento para auxiliar seus jornalistas, subsidiariamente, nessa tarefa;

i) Com esse mesmo objetivo, embora o Grupo Globo deva manter a prática de recrutar majoritariamente seus profissionais nas faculdades de Comunicação, seus veículos devem estar sempre abertos a acolher profissionais de outros campos que decidam se dedicar ao jornalismo, desde que demonstrem aptidão para tal;

j) A análise crítica das edições passadas é um imperativo. É a verificação cotidiana de pontos negativos e positivos das reportagens que permite o aperfeiçoamento contínuo delas e a adesão a estes princípios editoriais. Todos os veículos do Grupo Globo devem ter as suas estruturas de análise, escolhendo aquelas que melhor se adaptam ao seu perfil;

k) Os veículos do Grupo Globo devem ter estruturas para receber e processar as observações, positivas e negativas, vindas do público de uma maneira geral: os consumidores de suas informações, as fontes, os especialistas e os personagens de suas reportagens. Não se trata aqui de publicar ou deixar de publicar uma informação porque esta agrada a amplas camadas ou porque lhes desagrada: o dever de informar vem sempre em primeiro lugar. Conhecer a reação do público é fundamental porque contribui para a melhoria da qualidade da informação de muitas formas. Ajuda a conhecer possíveis erros, facilita o recebimento de novas informações sobre alguma cobertura e pode revelar o que é um fato em si mesmo: a própria reação do público. Essas estruturas devem ser capazes de discernir o que é manifestação espontânea e o que, em tempos de internet, é orquestração. Não há um modelo único: cada veículo deve encontrar aquele mais condizente com o seu perfil;

l) Os erros devem ser corrigidos, sem subterfúgios e com destaque. Não há erro maior do que deixar os que ocorrem sem a devida correção;

m) Os veículos do Grupo Globo usarão a norma culta da Língua Portuguesa, levando sempre em conta a sua evolução e as múltiplas possibilidades que ela acolhe. Gírias e neologismos serão evitados, sendo aceitos em declaração de entrevistados ou em reportagens mais leves, acompanhados, quando necessário, da explicação sobre seu significado. Cada veículo estabelecerá, em seu manual de redação, a padronização que considerar a mais apropriada. Mas editores evitarão que suas idiossincrasias em relação à língua se tornem norma;

n) Os veículos do Grupo Globo têm obrigação de se fazer entender. Uma notícia tem de ser publicada de forma clara, para que o público a compreenda sem dificuldades. Nesse sentido, na edição de reportagens, recursos explicativos que facilitem o entendimento são uma obrigação.

3) A agilidade:

A agilidade da produção jornalística é o que compensa, em larga medida, as suas imperfeições, se a compararmos a outras formas de conhecer a realidade. Em outras palavras, há um duplo sentido na afirmação de que o jornalismo produz uma primeira imagem dos fatos: a imagem é primeira, porque dela ainda não se têm os contornos definitivos; mas, também, é primeira porque é traçada logo após o ocorrido. A informação tem de ser prestada no menor espaço de tempo da melhor maneira possível, eis a equação diante da qual os

jornalistas se veem todos os dias. Portanto, é atributo fundamental da qualidade da informação jornalística ser produzida com rapidez. Se a História pode dispor de anos de trabalho para fazer aflorar a realidade, o jornalismo dispõe de algumas horas (no máximo, de alguns dias, se a publicação for semanal ou mensal). É a celeridade com que traça o primeiro retrato dos fatos que ao mesmo tempo dá utilidade à produção jornalística e justifica as suas lacunas. A notícia tem pressa. E é por essa razão que os seguintes princípios devem ser perseguidos:

a) Os veículos do Grupo Globo terão sempre como prioridade investir em tecnologia capaz de dar celeridade ao trabalho jornalístico e à sua difusão. Deverão estar atualizados com o que de melhor houver em maquinaria, equipamentos, softwares e meios de transporte;

b) A burocracia que envolve o lado administrativo das empresas jornalísticas deve levar sempre em conta a necessidade de dar celeridade ao trabalho jornalístico. Os veículos devem desenvolver processos que controlem orçamentos e despesas sem que estes se transformem em entraves à agilidade que o jornalismo requer;

c) A rapidez necessária ao trabalho jornalístico não se confunde com precipitação: nenhuma reportagem será publicada sem que esteja apurada dentro de parâmetros seguros de qualidade;

d) Deve-se perseguir o furo jornalístico, a informação exclusiva, em primeira mão, mas jamais se descuidar dos outros atributos da informação de qualidade: a isenção com que é produzida, ouvindo-se todos os lados nela envolvidos, e a correção dos dados nela apresentados. Notícia errada ou enviesada não é furo; é um golpe na credibilidade do veículo;

e) Como princípio geral, não se deve guardar notícia. Em geral, informação confirmada é informação publicada. Os veículos, no entanto, devem julgar quando uma reportagem deve ser publicada de imediato, quando pode esperar a próxima edição ordinária ou, se houver convicção de sua exclusividade, quando pode esperar por uma edição especial. O critério é a certeza de que a reportagem continuará a ser dada em primeira mão, e que a demora em publicá-la não acarretará prejuízos à sociedade. Quanto mais postergada for uma reportagem, mais completa e mais trabalhada ela deve ser;

f) Deve-se ter humildade diante de furos de veículos concorrentes. Diante de casos assim, não se deve negar a realidade, mas entrar no assunto o mais rapidamente possível, tentando fazer mais e melhor, dando o crédito a quem de direito;

g) Essa postura em nada se confunde com a adesão acrítica a reportagens veiculadas por concorrentes. Antes de serem publicadas em veículos do Grupo Globo, todas têm de ser confirmadas por verificações próprias. Isso é especialmente verdadeiro quando se trata de denúncias, de acordo com os procedimentos descritos no item 1-z desta seção.

SEÇÃO II

COMO O JORNALISTA DEVE PROCEDER DIANTE DAS FONTES, DO PÚBLICO, DOS COLEGAS E DO VEÍCULO PARA O QUAL TRABALHA

1) Diante das fontes:

a) Fazer e manter boas fontes é um dever de todo jornalista. Como a isenção deve ser um objetivo permanente, é altamente recomendável que a relação com a fonte, por mais próxima que seja, não se transforme em relação de amizade. A lealdade do jornalista é com a notícia;

b) Se a relação de amizade com uma fonte for anterior à vida profissional do jornalista, este deve manter a direção do veículo informada, para que os conflitos possam ser evitados. O mesmo deve acontecer caso a relação fonte-jornalista, apesar dos esforços em sentido contrário, torne-se uma amizade ou algo maior;

c) O respeito e a transparência devem marcar a relação dos jornalistas com suas fontes. Quando indagado por elas sobre o destino da informação que acaba de lhe dar, o jornalista deve responder com a exatidão possível;

d) Deve-se sempre respeitar compromisso assumido com as fontes, principalmente aqueles relativos à preservação da identidade delas. Por esse motivo, esse tipo de compromisso deve ser apenas firmado com fontes de cuja credibilidade não se possa desconfiar (ver item 4-e, desta seção);

e) Concedida uma entrevista exclusiva, uma fonte pode pedir alterações, acréscimos ou supressões, mas o jornalista julgará se o pedido se justifica. Haverá vezes em que o jornalista não concordará com a mudança, sendo, nestes casos, necessário registrar que a mudança foi solicitada, mas não aceita.

2) Diante do público:

a) O público será sempre tratado com respeito, consideração e cortesia, em todas as formas de interação com os jornalistas e seus veículos: seja como consumidor da informação publicada, seja como fonte dela;

b) Cada veículo tem um público-alvo e deve agir de acordo com as características dele, adaptando a elas pauta, linguagem e formato. Mas, para o Grupo Globo, todo público tem um alto poder de discernimento e entendimento: o menos culto dos homens é capaz de decidir o que é melhor para si, escolhe visando à qualidade e entende tudo o que lhe é relatado de forma competente. Essa convicção deve ser levada em conta especialmente pelos veículos de massa que produzem informação para pessoas de todos os níveis de instrução. Nesse caso, a linguagem e o formato não devem ser rebuscados a ponto de afastar os menos letrados nem simplórios a ponto de afastar os mais instruídos. Se informarem em linguagem clara sobre assuntos de interesse de todos, serão sempre bem entendidos;

c) Nenhum veículo do Grupo Globo fará uso de sensacionalismo, a deformação da realidade de modo a causar escândalo e explorar sentimentos e emoções com o objetivo de atrair uma audiência maior. O bom jornalismo é incompatível com tal prática. Algo distinto, e legítimo, é um jornalismo popular, mais coloquial, às vezes com um toque de humor, mas sem abrir mão de informar corretamente;

d) A sensibilidade do público será levada em conta. Cenas chocantes receberão o tratamento devido de acordo com as características do público-alvo. Quanto mais indistinto o público, mais cuidados são necessários. Nesses casos, o público deve ter sempre a confiança de que não será surpreendido por cenas que afrontem os valores médios presumidos da sociedade. A título de exemplo, talvez seja necessário mostrar o vídeo ou a foto de um homem-bomba se

explodindo, mas a cena pode ser congelada segundos antes do dilaceramento. Em resumo, a decisão de publicar ou não cenas potencialmente chocantes e de como tratá-las deve sempre levar em conta a sua relevância para o entendimento da questão abordada. A melhor saída é submeter a decisão à opinião do maior número de jornalistas de uma redação. De um grupo, sempre emerge mais facilmente o bom senso;

e) Todo veículo jornalístico tem uma responsabilidade social. Se é verdade que nenhum jornalista tem o condão de, certamente, escolher que informações são “boas” ou “más”, é legítima a preocupação com os efeitos maléficos que uma informação possa causar à sociedade. Esse é um tema complexo, e sempre dependente da análise do momento. A regra de ouro é divulgar tudo, na suposição de que a sociedade é adulta e tem o direito de ser informada. A crença de que os veículos jornalísticos, ao não fazerem restrições a temas, estimulam comportamentos desviantes é apenas isso: uma crença;

f) O jornalismo, contudo, não é insensível a riscos evidentes, mas estes são evitáveis quando se respeita outra regra de ouro: só se divulga informação relevante. Para citar um exemplo, um vídeo divulgado por um assassino em série pode e deve ser divulgado naquilo que é importante, mas não faz sentido deixar o criminoso ensinar como se articula um plano de assassinato em massa. Da mesma forma, não se publicam informações úteis para grupos criminosos, como o local aonde a polícia irá à cata de um sequestrador. E respeitam-se pedidos de pessoas que se considerem em risco com a publicação de informações que lhe digam respeito, como um policial que matou em ação um traficante perigoso e pode ser vítima de represália de seus comparsas;

g) Notícias sobre sequestros serão sempre publicadas. Estudos de experiências internacionais levaram o Grupo Globo à convicção de que a publicação de que uma pessoa foi sequestrada não põe a vítima em risco, mas a protege. A notícia será publicada com todas as ressalvas, de modo a não revelar ao bandido o planejamento da polícia e da família, nem dar informações que mostrem a situação econômica da vítima. Isso obriga o veículo a um acompanhamento do sequestro mais sóbrio, sem necessariamente a publicação diária de reportagens a respeito. O registro de solidariedade pública, quando relevante, ou de fatos que ajudem a família ou a polícia deve ser feito;

h) A privacidade das pessoas será respeitada, especialmente em seu lar e lugar de trabalho. A menos que esteja agindo contra a lei, ninguém será obrigado a participar de reportagens;

i) Pessoas públicas – celebridades, artistas, políticos, autoridades religiosas, servidores públicos em cargos de direção, atletas e líderes empresariais, entre outros – por definição, abdicam em larga medida de seu direito à privacidade. Além disso, aspectos de suas vidas privadas podem ser relevantes para o julgamento de suas vidas públicas e para a definição de suas personalidades e estilos de vida e, por isso, merecem atenção. Cada caso é um caso, e a decisão a respeito, como sempre, deve ser tomada após reflexão, de preferência que envolva o maior número possível de pessoas;

j) O uso de microcâmeras e gravadores escondidos, visando à publicação de reportagens, é legítimo se este for o único método capaz de registrar condutas ilícitas, criminosas ou contrárias ao interesse público. Deve ser feito com parcimônia, e em casos de gravidade. Seu uso deve ser precedido da análise, pelas chefias imediatas, dos riscos que correrão os jornalistas caso venham a ser descobertos. A imagem e/ou o áudio de pessoas que não estejam

envolvidas diretamente no que estiver sendo denunciado devem ser protegidos. Em seus manuais de redação, os veículos devem estabelecer suas normas de uso.

3) Diante dos colegas:

a) De jornalistas de um mesmo veículo do Grupo Globo, espera-se espírito de colaboração. Todos numa redação têm de cooperar entre si, para que o trabalho seja o melhor possível;

b) Os envolvidos numa mesma reportagem – da apuração à edição – são responsáveis por sua qualidade. Devem agir como revisores uns dos outros, para bem do trabalho;

c) Os jornalistas não devem nunca se furtar de opinar sobre reportagens que estejam sendo feitas por colegas, criticando, sugerindo, ajudando a encontrar caminhos. A decisão de publicar ou não uma reportagem, e de como tratá-la, é do editor responsável por ela, mas ele errará se menosprezar a opinião de colegas de qualquer nível hierárquico. Errará ainda mais quando se conduzir de tal modo que iniba os jornalistas a opinar ou ponderar a respeito do que está sendo feito. Vale sempre repetir: jornalismo é uma obra coletiva, e terá tanto mais êxito quanto mais pessoas participarem do processo;

d) As redações dos veículos do Grupo Globo são absolutamente independentes umas das outras e competem entre si pelo furo, pela reportagem exclusiva. Esta é uma tradição que vem desde a origem do grupo e que tem se mostrado profícua: evita a pasteurização do noticiário e estimula o pluralismo de abordagens. Isso não quer dizer que, levando-se em conta a convergência de mídias, não seja possível a construção de sinergias em torno do chamado noticiário básico – aquelas notícias obrigatórias a que todos os veículos têm acesso. Em outras palavras, faz sentido a disputa por assuntos exclusivos, faz sentido dar mais ênfase a determinados temas e não a outros, mas não há mal algum na troca de informações sobre a dimensão de um temporal ou a ocorrência de um assalto, por exemplo.

4) Diante do veículo:

a) As redações são independentes na busca por notícias, mas há uma união de princípios sobre como obtê-las, sendo estes princípios editoriais sua maior expressão. Nenhum jornalista do Grupo Globo justificará falhas, alegando desconhecer este código. Desconhecê-lo será considerado um erro ainda maior;

b) Os veículos do Grupo Globo expressam, em seus editoriais, uma opinião comum sobre os temas em voga. Os textos podem e devem divergir no estilo, no enfoque, na ênfase nesse ou naquele argumento, mas a essência é a mesma. Essa opinião deve refletir a visão do seu conselho editorial, composto por membros da família Marinho e jornalistas que dirigem as redações. Nenhum outro jornalista do grupo precisa, porém, concordar com tais opiniões, que, em nenhuma hipótese, influenciarão as coberturas dos fatos. Estas, como exposto aqui extensivamente, devem se pautar por critérios de isenção;

c) Os jornalistas têm um dever de lealdade com os veículos para os quais trabalham. As informações a que têm acesso se destinam ao veículo e com ele devem ser divididas. Ninguém, somente o veículo, deve decidir o que fazer com elas, sendo certo que o seu destino será a publicação, se estiverem de acordo com os princípios explicitados neste documento. Da mesma forma, os veículos têm um dever de lealdade com seus jornalistas, e tudo devem fazer

para protegê-los em sua atividade, fornecer-lhes meios adequados de trabalho e ampará-los em disputas provocadas por reportagens que publicam;

d) A participação de jornalistas do Grupo Globo em plataformas da internet como blogs pessoais, redes sociais e sites colaborativos deve levar em conta três pressupostos: notícias por eles apuradas devem ser divulgadas exclusivamente pelos veículos para os quais trabalham ou por estes autorizados; procedimentos internos, projetos, ideias, planos para o futuro ou quaisquer outras informações relativas ao dia a dia das redações não devem ser divulgados, sob pena de tornar vulnerável o veículo em que trabalham em relação a seus concorrentes; os jornalistas são em grande medida responsáveis pela imagem dos veículos para os quais trabalham e devem levar isso em conta em suas atividades públicas, evitando tudo aquilo que possa comprometer a percepção de que exercem a profissão com isenção e correção. Com base nestas premissas, cada veículo deve ter políticas próprias para a presença de seus profissionais na internet, e que todos os jornalistas se obrigam a cumprir;

e) O sigilo sobre as fontes é inviolável, e os veículos do Grupo Globo protegerão seus jornalistas na tarefa de mantê-lo em todas as instâncias, sob qualquer circunstância. O jornalista, porém, pode e deve dividi-lo com a direção do veículo, sempre que isso for fundamental para a tomada de decisão sobre publicar ou não uma informação. Isso não é quebra de sigilo, pois a direção se obriga a guardá-lo em todos os casos. Fontes que deliberadamente mintam para o jornalista, levando-o propositadamente a erro, podem ter seu nome revelado, não como represália, mas se essa medida for fundamental para a correção que o veículo terá de publicar na edição seguinte.

SEÇÃO III

OS VALORES CUJA DEFESA É UM IMPERATIVO DO JORNALISMO

O Grupo Globo será sempre independente, apartidário, laico e praticará um jornalismo que busque a isenção, a correção e a agilidade, como estabelecido aqui de forma minuciosa. Não será, portanto, nem a favor nem contra governos, igrejas, clubes, grupos econômicos, partidos. Mas defenderá intransigentemente o respeito a valores sem os quais uma sociedade não pode se desenvolver plenamente: a democracia, as liberdades individuais, a livre iniciativa, os direitos humanos, a república, o avanço da ciência e a preservação da natureza.

Para os propósitos deste documento, não cabe defender a importância de cada um desses valores; ela é evidente por si só. O que se quer é frisar que todas as ações que possam ameaçá-los devem merecer atenção especial, devem ter uma cobertura capaz de jogar luz sobre elas. Não haverá, contudo, apriorismos. Essas ações devem ser retratadas com espírito isento e pluralista, acolhendo-se amplamente o contraditório, de acordo com os princípios aqui descritos, de modo a que o público possa concluir se há ou não riscos e como se posicionar diante deles.

A afirmação destes valores é também uma forma de garantir a própria atividade jornalística. Sem a democracia, a livre iniciativa e a liberdade de expressão, é impossível praticar o modelo de jornalismo de que trata este documento, e é imperioso defendê-lo de qualquer tentativa de controle estatal ou paraestatal. Os limites do jornalista e das empresas de comunicação são as leis do país, e a liberdade de informar nunca pode ser considerada excessiva.

Esta postura vigilante gera incômodo, e muitas vezes acusações de partidarismos. Deve-se entender o incômodo, mas passar ao largo das acusações, porque o jornalismo não

pode abdicar desse seu papel: não se trata de partidarismos, mas de esmiuçar toda e qualquer ação, de qualquer grupo, em especial de governos, capaz de ameaçar aqueles valores. Este é um imperativo do jornalismo do qual não se pode abrir mão.

Isso não se confunde com a crença, partilhada por muitos, de que o jornalismo deva ser sempre do contra, deva sempre ter uma postura agressiva, de crítica permanente. Não é isso. Não se trata de ser contra sempre (nem a favor), mas de cobrir tudo aquilo que possa pôr em perigo os valores sem os quais o homem, em síntese, fica tolhido na sua busca por felicidade. Essa postura está absolutamente em linha com o que rege as ações do Grupo Globo. No documento “Visão, Princípios e Valores”, de 1997, está dito logo na abertura: “Queremos ser o ambiente onde todos se encontram. Entendemos mídia como instrumento de uma organização social que viabilize a felicidade.”

O jornalismo que praticamos seguirá sempre este postulado.