

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN – SACOD**

**THAIS BARBOSA DE ALMEIDA**

**A INFORMALIDADE FORMALIZADA: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA DO NOVO  
FORMATO DO JORNAL NACIONAL**

**CURITIBA  
2017**

**THAIS BARBOSA DE ALMEIDA**

**A INFORMALIDADE FORMALIZADA: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA DO NOVO  
FORMATO DO JORNAL NACIONAL**

Trabalho de Conclusão do Curso de  
Comunicação Social – Jornalismo.  
Departamento de Comunicação Social,  
Setor de Artes, Comunicação e Design.  
Universidade Federal do Paraná.

Professora: Dra. Kelly Prudêncio

**CURITIBA**

**2017**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à minha mãe, guerreira que me inspira todos os dias e exemplo de força e perseverança, ao meu pai pelo apoio para sempre ir mais longe, à minha irmã pela companhia todos os dias e ao meu padrasto pelas palavras de incentivo.

Um imenso obrigada aos meus amigos da gestão 2013 da Fábrica de Comunicação e da gestão No Fluxo (2015/2016) do Centro Acadêmico de Comunicação Social, que me proporcionaram os meus melhores momentos dentro da Universidade. Um grande obrigada também à minha melhor amiga Alana Krolow, à Bruna Weber e ao Arthur Monteiro que foram tão importantes nessa minha caminhada.

Um agradecimento especial à Professora Doutora Adriana Baggio que me fez apaixonar pela semiótica, teoria usada neste trabalho. Mais do que aluna de graduação, virei uma pesquisadora com o exemplo da Baggio. Agradeço também à Professora Doutora Kelly Prudêncio, que aceitou o desafio de orientar esta pesquisa depois do início dos trabalhos e me ajudou sua enorme competência na área científica.

Gostaria de agradecer também à Université de Limoges, na França, que me acolheu durante um semestre de intercâmbio acadêmico para o estudo da semiótica. A experiência agregou conhecimentos aqui aplicados e um enorme crescimento pessoal.

Por último, mas não menos importante, agradeço à população brasileira por financiar os meus estudos dentro da Universidade Federal do Paraná, instituição que me orgulho de ter estudado.

## RESUMO

O trabalho usa a semiótica como método de pesquisa para investigar o novo formato de apresentação do *Jornal Nacional* iniciado no dia 27 de abril de 2015. O objetivo é descobrir os efeitos de sentido provocados por essa mudança partindo da hipótese de que o telejornal estaria usando da informalidade para se aproximar do público. A partir da observação de um corpus composto por onze edições do telejornal antes e depois da mudança foram elencados elementos que representam uma mudança de discurso. Conclui-se então que há um movimento em direção à informalidade porém com atenção à forma em que ela é apresentada. Ou seja, trata-se de uma “informalidade formalizada” que é demonstrada a partir da construção de um quadrado semiótico ao fim deste trabalho.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Telejornalismo. Semiótica. Jornal Nacional. Efeitos de sentido.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	5
<b>2. A TELEVISÃO E O TELEJORNAL</b> .....	9
2.1 REDE GLOBO .....	16
<b>2.1.1 O jornalismo na Rede Globo</b> .....	19
2.2 JORNAL NACIONAL .....	20
<b>2.2.1 Mudanças no Jornal Nacional</b> .....	22
<b>2.2.2 A mudança de 2015</b> .....	31
2.3 O BLOCO DA PREVISÃO DO TEMPO .....	32
2.4 MUDANÇAS NO JORNALISMO E NO TELEJORNALISMO .....	38
<b>3. A SEMIÓTICA COMO MÉTODO DE ANÁLISE</b> .....	43
<b>4. ANÁLISE DAS EDIÇÕES: DESCONSTRUÇÃO ENSAIADA</b> .....	48
4.1 ANÁLISE GERAL .....	48
4.2 EFEITOS DE SENTIDO DAS MUDANÇAS .....	51
<b>4.2.1 Enquadramentos: o movimento como indicador do tom da notícia</b> .....	51
<b>4.2.2 Apresentador: âncora içada</b> .....	54
<b>4.2.3 Bancada: de mesa de jantar a mesa de apoio</b> .....	62
<b>4.2.4 Estúdio: de púlpito a palco</b> .....	64
<b>4.2.5 Ao vivo: o tempo cria o espaço</b> .....	67
4.3 QUADRO DA PREVISÃO DO TEMPO: HORA DA DESCOMPRESSÃO .....	70
4.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....	76
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	81
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	83
<b>OUTRAS REFERÊNCIAS: ARTIGOS, SITES E REPORTAGENS</b> ..	88
<b>APÊNDICE A</b> .....	91

## 1. INTRODUÇÃO

O *Jornal Nacional*, transmitido pela emissora de televisão Rede Globo, é o programa de televisão mais assistido pela população brasileira<sup>1</sup>. William Bonner, seu editor-chefe, compara o público do *Jornal Nacional* com Homer Simpson, personagem da série de televisão americana *Os Simpsons* que é lembrado, entre outras características, por ter raciocínio lento e por viver em frente à televisão, consumindo conteúdos sem qualquer postura crítica. A associação está presente no livro “Jornal Nacional: modo de fazer” (2009), em que Bonner explica que a comparação é feita para definir se uma pauta jornalística segue ou não para o telejornal, como uma forma de deixar o conteúdo acessível ao maior número possível de públicos.

Laurindo Leal Filho, professor do Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicação e Artes da USP, testemunhou esta comparação durante visita aos bastidores do *Jornal Nacional*:

[...] o nome mais citado pelo editor-chefe do *Jornal Nacional* é o do senhor Simpson. ‘Essa o Homer não vai entender’, diz Bonner, com convicção, antes de rifar uma reportagem que, segundo ele, o telespectador brasileiro médio não compreenderia. (LEAL, 2006, p.178).

A comparação com “Homer Simpson” aqui nos é válida para uma reflexão: diferente do estereótipo do personagem, o telespectador não consome mais o conteúdo da televisão passivamente. Na verdade, ele nunca consumiu, como mostram as pesquisas desde a década de 1940 e 1950 (*Mass Communication Research*) até as mais recentes de estudos em comunicação (BARBERO, 2001; SILVA, 1985), mas hoje percebe-se uma mudança drástica na atuação dos indivíduos com a televisão.

Mais do que deixar a TV desligada ou não comprar televisão, o que se observa é uma mudança no modo de consumo dessa mídia. Antes único foco de atenção, a televisão agora concorre com a presença de *smarthphones* e sites de

---

<sup>1</sup> Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2014. Disponível em <http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>. Acesso em 29/05/2016. Observação: a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 não fez essa mensuração.

redes sociais que possibilitam a transmissão da notícia com mais agilidade e personificação<sup>2</sup>.

Nesse sentido, o maior poder de escolha do consumidor de informação na internet leva a uma segmentação de conteúdos, como nos mostra Dominique Wolton (2003). Essa fragmentação põe em xeque o objetivo inicial do *Jornal Nacional* de “unir os brasileiros através da notícia”<sup>3</sup>. Fica cada vez mais difícil encontrar notícias que tenham, de fato, um interesse universal. O que se percebe no consumo de televisão atual é uma maior vontade de interação e escolha de conteúdos.

Se é esse o quadro, como o *Jornal Nacional* (que também chamaremos de *JN*), que elenca os assuntos a partir de antigos critérios de noticiabilidade, pode continuar sendo o programa útil para 35% da população brasileira<sup>4</sup>? Os abalos ao telejornal já são sentidos nos números do Ibope. Basta comparar no espaço de uma década: em 2005, a média de audiência do *Jornal Nacional* era de 35,8 pontos. Já no dia 23 de março de 2015, segunda-feira, foram marcados 20 pontos<sup>5</sup>.

Nesse sentido, o telejornal tenta se reinventar, como uma maneira de manter o público. A proposta deste projeto de pesquisa é investigar a mais recente tentativa de aproximação do telejornal junto ao público: a mudança de formato do *Jornal Nacional*, adotada a partir do dia 27 de abril de 2015. O que se assistiu naquele dia foi uma reinvenção que quebrou paradigmas de anos dentro do telejornalismo, em especial no *JN*, que desde o início da veiculação permaneceu como um telejornal sisudo em comparação a outros programas jornalísticos da própria Rede Globo.

Entre as mudanças mais evidentes está a queda da importância da bancada. Mais do que abrigo para os *scripts* (roteiro do telejornal), esse móvel representava uma separação espacial entre telespectador e apresentador. No novo formato, o espaço foi reduzido com a atuação dos apresentadores, que agora levantam da bancada para convidar algum repórter ao vivo, de outra localidade do Brasil ou do

---

<sup>2</sup> 31% da população brasileira afirma que usa a internet ou o celular ao mesmo tempo em que assiste televisão. Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 disponível em <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em 29/05/2016.

<sup>3</sup> Frase usada na primeira vinheta do *Jornal Nacional*. Disponível em <http://globoTV.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/jornal-nacional-1969/2162737/>. Acesso em 15/06/2016.

<sup>4</sup> Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2014. Disponível em <http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>. Acesso em 29/05/2016. Observação: a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 não fez essa mensuração.

<sup>5</sup> Cada ponto equivale a 67 mil domicílios na Grande São Paulo

mundo, para participar do programa com alguma informação e também para apresentar o quadro da previsão do tempo.

Nessa lógica, o estúdio do telejornal parece ter virado um palco em que os repórteres são convidados a participar, em certa semelhança com os programas de auditório. Conforme aponta Fabiane Proba, “[n]o contexto do império da imagem, a televisão assinala o fim da fronteira entre informação e entretenimento, numa sociedade que prefere a forma ao conteúdo” (PROBA, 2009, p. 11).

O modo de contar a notícia no *Jornal Nacional* também mudou, assumindo um tom maior de depoimento e subjetividade no relato dos repórteres.

O que vemos neste telejornal é um mundo descrito pelo sujeito jornalista que constrói a partir do seu ponto de vista seus relatos, moldado pelas suas experiências. O jornalista aqui deixa de garantir a neutralidade e a objetividade, características clássicas do telejornalismo, e afasta-se da sua autoridade para contar (VARGAS, 2015, p. 11)

Ainda nessa linha, é importante destacar o papel de Maria Júlia Coutinho na inauguração do novo *Jornal Nacional*. A previsão do tempo apresentada por “Maju”, como ela é carinhosamente chamada, tem alto tom de personificação e figuras de linguagem, em especial a metáfora, para explicar as notícias climáticas. Além disso, a atuação dela se mostra performática a um nível muito diferente do que era visto até então na previsão do tempo.

O *Jornal Nacional* parece estar utilizando o entretenimento e a informalidade para se reinventar junto ao público e essa adoção é, como será melhor detalhado nos próximos capítulos, expressa nas mudanças de estúdio, na performance dos apresentadores e na própria linguagem das reportagens.

Tendo em vista que o *Jornal Nacional* busca “escolher a abordagem de compreensão mais imediata e a linguagem mais próxima da que é usada naturalmente pelas pessoas ao conversar” (BONNER, 2009, p. 232), todas essas mudanças na apresentação parecem ser uma tentativa de aproximação enquanto o público se distancia do *JN*.

Sabendo que familiaridade é algo que se constrói com o tempo e que a fidelidade da audiência deve ser conquistada e reconquistada a cada edição, o JN adota um leque de estratégias comunicativas que se movem em maior ou menor grau ao longo do tempo acompanhando e também determinando o fluxo de mudanças no contexto onde está inserido. Buscando o ponto de equilíbrio entre inovação e conservadorismo, em um esforço constante para manter sua posição hegemônica, o JN está articulado e fazendo constantes negociações com o surgimento de novas tecnologias, com premissas e valores do jornalismo, com alterações do

cenário político, cultural e econômico sem perder de vista a auto legitimação do seu papel social. (GOMES, 2009, p. 216 e 217)

Considerando este cenário de mudança, nosso problema de pesquisa é: quais são os efeitos de sentido produzidos pela mudança no formato do *Jornal Nacional*? Nossa hipótese é que o telejornal está usando o discurso informal para se tornar mais atrativo ao público.

Sendo o *Jornal Nacional* tanto um objeto de comunicação quanto um objeto de significação, o objetivo geral desse trabalho é identificar os efeitos de sentido das mudanças no formato do *Jornal Nacional*. Entre os objetivos específicos está a análise da perda de formalidade nessas mudanças e quais são seus efeitos para a transmissão da notícia, a investigação sobre a aproximação do novo *JN* com o discurso da informalidade e a análise da nova forma de apresentação do bloco da previsão do tempo.

Com base na complexidade da problemática levantada, utiliza-se da teoria semiótica para compreender os efeitos de sentido dessa mudança de formato. A semiótica discursiva se caracteriza por permitir a compreensão dos mecanismos da produção de sentido de um texto, por meio do percurso generativo de sentido. O nível deste percurso que será privilegiado neste trabalho é o discursivo e sua manifestação, no qual podemos analisar as projeções da enunciação no enunciado e os recursos persuasivos do texto (BARROS, 2005), como será melhor esmiuçado no capítulo sobre a metodologia.

Cabe ressaltar que o *Jornal Nacional* é o primeiro programa da televisão brasileira em rede nacional e que ele influenciou o padrão de televisão vigente até hoje (BRITTOS e BOLAÑO, 2005). Tendo em vista o poder de interferência do *JN* na televisão e no telejornalismo, entender a mudança desse telejornal é muito mais do que simplesmente elencar “o que mudou” e “o que não mudou”. O presente trabalho é uma tentativa de compreender uma adaptação da TV a um novo tempo na comunicação e quais as consequências para a qualidade do telejornalismo. Para isso, vamos analisar onze edições do *JN*, sendo cinco antes e cinco após a mudança, mais a edição que inaugurou o novo formato (a lista de edições pode ser consultada no Apêndice A).

## 2. A TELEVISÃO E O TELEJORNAL

Vista por uns como elemento central da democracia de massa (WOLTON, 1990), por outros como violência simbólica (BOURDIEU, 2009), a televisão causou embates desde seus primórdios. Muitos enxergavam a chegada da TV como um atentado ao cinema e ao teatro, e que ela serviria como mais um instrumento de manipulação cultural. Outros, entretanto, eram mais otimistas com a possibilidade de transmitir mensagens através de imagens ao vivo e, assim, democratizar as informações.

O fato é que a televisão mudou a maneira de enxergar o mundo - até porque, imagens do mundo inteiro começaram a chegar à sala de estar por meio de uma tela. A presença das imagens reduziu a necessidade de usar a imaginação para criar cenários ou construir a feição de pessoas em narrativas que eram escutadas no rádio. Como explicam Santos e Luz (2013, p.35), “[a] televisão possibilitava ao público uma experiência integral – ele passa a ser capaz de visualizar a telenovela, o telejornal ou o seu programa favorito, além de escutá-lo como já fazia”.

A televisão se consolidou como um meio consumido essencialmente no ambiente doméstico. Uma das contradições da TV é que, apesar de ser assistida em casa, ela é utilizada para levar os indivíduos do lar para espaços socialmente compartilhados e, nesse âmbito social, são encontradas regras que alimentam a própria instituição da vida em família. Ou seja: o consumo é individual, mas serve para construir um caráter social do indivíduo (SILVERSTONE, 1994).

O caráter contraditório da TV também aparece nos trabalhos científicos. Os estudos de televisão muitas vezes se resumem a uma perspectiva de embate entre a definição de TV como “arte” ou “mercadoria”, ou a condenam pela perpetuação de preconceitos. Não raro, a análise de televisão é rasa e se restringe a aspectos pontuais, que ignoram contextos socioculturais, ou ao relatório de datas “marcantes” na história do meio.

A complexidade em se estudar televisão está nas diferentes óticas sociais em que ela pode ser analisada - comunicação, antropologia, sociologia, história, etc. Prova disso é que um dos livros mais relevantes a respeito do meio, *Sobre a televisão* (2009), foi escrito por um sociólogo francês, Pierre Bourdieu. No trabalho, o autor discorre sobre a influência mercadológica na produção televisiva e como a TV deixa de trabalhar em prol de mudanças sociais relevantes quando se volta à busca

de audiência. Segundo ele, esse é um risco oculto à sociedade, uma “violência simbólica”:

Os perigos políticos inerentes ao uso ordinário da televisão devem-se ao fato de que a imagem tem a particularidade de fazer produzir [...] o *efeito do real*, ela pode se fazer ver e fazer crer no que se faz ver. Esse poder de evocação tem efeitos de mobilização. (BOURDIEU, 2009, p. 28)

Também da sociologia francesa, Dominique Wolton traz uma visão bem mais otimista em relação à televisão. Logo de início, seu livro traz uma crítica aos que julgam a televisão como instrumento de manipulação:

A televisão não manipula os cidadãos. Evidentemente os influencia, mas todas as pesquisas, ao longo de meio século, provam que o público sabe assistir às imagens que recebe. Não é passivo. Nem neutro. O público filtra as imagens em função dos seus valores, ideologias, lembranças, conhecimentos... (WOLTON, 1990, p. 6)

Os primeiros estudos acadêmicos brasileiros sobre a televisão datam da década de 1960 – em sintonia com o aumento dos cursos superiores em Comunicação Social. Os primeiros trabalhos se inclinavam a entender a programação e compreender os efeitos sociais da TV (MATTOS, 2002). Já os estudos mais recentes sobre televisão, sobretudo influenciados pelos teóricos da América Latina, mostram que o meio é um instrumento de mediação na sociedade e tentam entender as particularidades da recepção, tendo em vista que os sujeitos sociais são importantes para a compreensão da comunicação de massa e não apenas receptores passivos de sentidos (BARBEIRO, 2001).

A primeira emissora de televisão da América Latina é brasileira e começou nas mãos de Assis Chateaubriand, que teve um papel político fundamental na busca de recursos técnicos e humanos para que o novo meio chegasse aos brasileiros. Na época, a TV já estava consolidada em países como Estados Unidos (na década de 1950, o país já tinha 107 emissoras). No dia 18 de setembro de 1950, Chatô inaugurou a TV Tupi - Difusora em São Paulo. A cerimônia de estreia teve um discurso entusiasmado de Chateaubriand, em que ele afirmou que o novo meio de comunicação seria “[...] uma máquina que dá asas à fantasia mais caprichosa” que poderia “juntar os grupos humanos mais afastados” (BARBOSA, 2010, p. 19).

Mas o sonho de Chatô, de unir as sociedades mais afastadas, demorou para acontecer. O início da TV, entre 1955 e 1964, foi marcado com um perfil elitizado de público (WOLTON, 1990). Os primeiros televisores eram raros pois tinham um preço

muito alto: um televisor custava, em média, três vezes mais do que a mais cara radiola do mercado e um pouco menos que um carro (MATTOS, 1982; PRIOLLI, 1985).

É interessante notar que os primórdios da televisão brasileira têm muito a ver com o maior veículo de sucesso da época: o rádio. Ao contrário da experiência norte-americana, que utilizou o conhecimento da indústria cinematográfica para a TV, no Brasil a televisão teve que usar a estrutura, formato de programação e até profissionais do rádio para começar a funcionar (MATTOS, 1990). Também vieram muitos conhecimentos do circo e a presença de artistas circenses dava um tom de espetáculo à programação. Essa tendência inicial parece ter marcado o modo de fazer televisão, tanto que uma das investigações dessa pesquisa é a espetacularização do *Jornal Nacional*.

Dessa forma, os primeiros anos da TV foram um momento de experimentação na prática, já que não havia formação profissional específica para atuar nos estúdios da televisão. Segundo Mattos, “[os] primeiros anos da televisão, tanto da Tupi de São Paulo como da do Rio, foram marcados pela falta de recursos e de pessoal e pelas improvisações.” (MATTOS, 2002, p. 81).

O telejornalismo começou também no improviso, no dia 19 de setembro de 1950, com a estreia do telejornal *Imagens do Dia* na TV Tupi de São Paulo, apresentado diariamente pelo jornalista Maurício Loureiro Gama. De início, o programa exibia fotografias dos acontecimentos diários mais importantes, já que a técnica em vigor não permitia que imagens filmadas fossem ao ar no mesmo dia em que foram registradas (COUTINHO, 2012).

Anos depois, o gênero ficou mais consolidado com a veiculação do *Repórter Esso*. O programa já era consagrado no rádio e, na televisão, teve a estreia em abril de 1952. O telejornal era feito em produtoras e transmitido pela *TV Tupi* no Rio de Janeiro e em São Paulo até dezembro de 1970.

É importante destacar a relação da expansão do telejornalismo com a publicidade. Mattos (2002) conta que, assim como “Repórter Esso” outros telejornais seguiram a tendência de colocar em seus nomes as marcas patrocinadoras: “Telenotícias Panair”, “Telejornal Bendix”, “Reportagem Ducal”, “Telejornal Pirelli”.

A partir de 1964, a televisão passou a ter mais demarcada a função de ajudar a circular o capital e favorecer o consumo através de anúncios publicitários

(SILVA *apud* MADRID, 1985, p. 27), pois ela assume uma postura mais comercial de produção e adota visões empresariais na produção. Esse movimento é contado em *O livro do Boni* (2011), autobiografia em que José Bonifácio Sobrinho, que passou anos à frente dos cargos de decisão da Rede Globo, explica seu trabalho no desenvolvimento da televisão brasileira, especialmente na TV Globo. Fica claro que a Globo se consolida como maior emissora do Brasil a partir de ajustes que ela faz na produção e na divisão entre a parte comercial e artística, deixando de lado o amadorismo até então vigente nas TVs, como será melhor detalhado no subcapítulo sobre a Rede Globo.

A evolução comercial se materializa com a estreia do *Jornal Nacional*, em 1969, que apareceu com a proposta de aumentar a rentabilidade da emissora por meio de anunciantes, que teriam a possibilidade de divulgar um mesmo produto a todo Brasil (BONI, 2011). Pelo poder de atração publicitária, o telejornal foi capaz de consolidar “um formato fixo através da agilidade e na rapidez da notícia curta. [...] E se tornou referência em rede nacional” (HAMBURGUER, *Folha de São Paulo*, 23/1/95).

Depois da estreia do primeiro telejornal em rede nacional, entre 1975 e 1988, segundo Wolton, há o triunfo tecnológico da televisão, momento em que os satélites conseguiam avançar no território brasileiro com a ajuda da Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações). O filme *Bye bye Brasil* (1979) de Carlos Diegues mostra quando essa novidade foi, de fato, para os grupos humanos mais afastados, como previu Chatô. A narrativa ilustra a chegada das antenas parabólicas em regiões longínquas do nordeste brasileiro e como o meio mudou as relações socioculturais. O consumo de conteúdos gerados, em sua maioria, em São e Rio de Janeiro, para o maior número possível de brasileiros, traz à tona uma tentativa de equalizar a identidade nacional. Segundo Bucci (1996), essa ação foi parte do plano de integração do Governo Militar:

Os governos militares instalaram antenas em todo o território brasileiro (logo depois, em meados dos anos 80, viriam os satélites) e ofereceram estrutura para que o país fosse integrado via Embratel. [...] Essas imagens que percorrem simultaneamente um país tão dividido como o Brasil, contribuem para transformá-lo em um arremedo de nação, cuja população, unificada não enquanto “povo” mas enquanto “público”, articula uma mesma linguagem segundo uma mesma sintaxe. (BUCCI, 1996, p. 16/17)

Até então, todos os programas veiculados na televisão eram produzidos, exclusivamente, nas regiões onde estavam instaladas as emissoras (MATTOS, 2002). Com os satélites e a consequente centralização da produção televisiva no eixo Rio-São Paulo, a necessidade de programas locais diminuiu. O impacto da predominância da programação em rede foi sentido, inclusive, no Paraná. Com a possibilidade de transmitir programas já gravados, a necessidade de produzir programas ao vivo nos estúdios da TV Paranaense em Curitiba foi diminuindo. Assim, foram demitidos atores, apresentadores e anunciadores (BARACHO, 2006).

Um dos gêneros produzidos nos estúdios do Rio de Janeiro e São Paulo que contribuiu para o sucesso da televisão foi a teledramaturgia. A primeira telenovela brasileira, "Sua vida me pertence", foi escrita por Walter Foster e transmitida entre 21/12/1951 e 15/02/1952, em dois capítulos semanais na TV Excelsior devido à falta de condições técnicas (MATTOS, 2002).

A primeira novela diária – *2-5499 Ocupado* –, veiculada também na Excelsior, só foi possível com a chegada do videoteipe (VT) ao Brasil. No início da década de 1960, o uso do VT na televisão brasileira permitiu, além das novelas diárias, a implantação da programação horizontal – a implantação de um horário fixo dentro da emissora para a veiculação de um determinado programa todos os dias da semana.

A veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana possibilitou a criação do hábito de assistir televisão, rotineiramente prendendo a atenção do telespectador e substituindo o tipo de programação em voga até então, de caráter vertical, com programas diferentes todos os dias. (MATTOS, 2002, p. 87)

A programação horizontal foi pensada de modo a valorizar a rentabilidade o conteúdo jornalístico aproveitando o fluxo de audiência dos programas que vinham antes e depois dos telejornais. Por essa razão, como nos mostra Silva (1985), o *Jornal Nacional* é veiculado entre duas telenovelas no horário nobre da televisão. Isso pode explicar as características de drama as quais é possível identificar no telejornalismo brasileiro (COUTINHO, 2012), traço que será investigado nesta pesquisa, em específico no novo *JN*.

O uso do VT também foi o responsável por dar mais espaço aos telejornais. O incremento nos processo de revelação de filmes e a mobilidade das câmeras sonoras deram mais agilidade ao telejornalismo. Até então, "a televisão tinha pouco

noticiário porque na competição com o rádio ela perdia em relação à instantaneidade" (FURTADO, 1988, p. 60).

É interessante notar que a televisão, que antes perdia para o rádio, agora perde, em termos de instantaneidade, com a internet. Nessa perspectiva, uma solução encontrada pelos telejornais é o aumento da transmissão ao vivo, que cria um "efeito de presença" (FECHINE, 2008), como é notado no novo formato do *Jornal Nacional*.

A nível de linguagem, mesmo com o avanço da internet, cabe destacar que o telejornalismo assumiu - e assume - uma importância maior em uma sociedade como brasileira, em que há 13 milhões de analfabetos<sup>6</sup>. Isso porque, devido a essa deficiência, a imprensa escrita (jornais e portais) não é acessível à grande parte dos brasileiros e a televisão, assim, se torna uma das únicas formas de tomar conhecimento das notícias, é comum até hoje ouvir a associação entre "assistir televisão" e "estar informado".

Por ter um público muito heterogêneo, a televisão vai além dos recursos da imagem e investe em uma linguagem que aproxima da comunicação oral para se fazer entender pela maior parte possível das pessoas. Uma das críticas mais recorrentes ao telejornalismo é a da consequência dessa aparência de "oralidade". Segundo Guilherme Rezende (2000), os textos da TV são uniformes e exploram pouco a amplitude de palavras da língua portuguesa em troca de compreensão do público consumidor. Esse movimento pode ser perceptível no novo formato do *Jornal Nacional*, como uma tentativa de seduzir o público através do objeto de valor "informalidade". O problema é que, para Rezende, essa redução compromete as reportagens de televisão. "A qualidade alcançada - a compreensão imediata do público - tem, como contrapeso, as deficiências próprias de uma limitação linguística, consequência que atinge principalmente os programas de maior audiência" (REZENDE, 2000, p. 25).

A importância da linguagem também se dá na representação e aparência de proximidade que é performada pelos apresentadores dos telejornais, como será analisado no caso "Maju". Para Coutinho (2012), essa tentativa de se aproximar do

---

<sup>6</sup> Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2013, IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Disponível em [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa\\_resultados.php?id\\_pesquisa=40](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=40). Acesso em 09/06/2016

telespectador é feita através da dramatização da notícia, como se o drama humano conferisse maior interesse público.

Uma forma de ilustrar essa tendência está na própria edição que inaugurou o novo formato do *Jornal Nacional*. A reportagem que abriu o telejornal tratava sobre um terremoto no Nepal<sup>7</sup>, com várias cenas de atingidos pelo desastre nacional que incitavam a comoção. Há inclusive uma entrevista com duas brasileiras que sentiram os abalos e que, emocionadas, mandaram uma mensagem de consolo aos parentes no Brasil.

O texto da reportagem, de Carol Barcellos, tem um tom pessoal, já que a jornalista descreve, em certos momentos, sua experiência com o terremoto em primeira pessoa. Tanto que um fragmento da reportagem mostra a reação da repórter durante um abalo sísmico inesperado, que se dá durante a gravação de uma entrevista.

Esse tipo de atuação do repórter em relação à notícia vem ganhando uma valorização no novo *JN*. Isso porque a imagem do repórter serve para confirmar que o repórter esteve no lugar do fato noticiado e ainda, através da reportagem, o profissional é capaz de convidar o telespectador a ser uma espécie de testemunha do acontecimento. Como apontam Roglán e Equiza (1996), a credibilidade de um telejornal depende também da atuação do jornalista de televisão em vídeo.

A exibição da reportagem sobre o terremoto é seguida por uma entrada ao vivo, direto do Nepal, de Carol Barcellos. Esse tipo de transmissão tem registrado um aumento dentro do *JN*, como será mais bem explicado no capítulo da análise. Cabe ressaltar que além do simples aumento do tempo em que se usa esse tipo de transmissão, os apresentadores levantam da bancada para ir até o repórter que está ao vivo fora do estúdio.

Uma última reflexão, que se encaixa neste capítulo, é o aumento do tempo reservado pelas emissoras brasileiras para telejornais. Em 2015, por exemplo, a Globo inaugurou mais um produto jornalístico na parte da manhã da grade de programação, o *Hora um da notícia*. Somando-se o tempo disponibilizado pelas principais redes de TV para os telejornais, dá-se o resultado de que seria necessário mais do que um dia completo para acompanhar todos os telejornais brasileiros. Essa tendência de aumento nos noticiários pode ser explicada por uma valorização do

---

<sup>7</sup> Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4139668/>. Acesso em 09/06/2016.

consumo de notícias, que vai ser melhor detalhado no capítulo sobre as mudanças no jornalismo. Com tanto tempo reservado à notícia na televisão, não é exagero dizer que a TV é determinante na construção do espaço público no Brasil (BUCCI, 1996).

## 2.1 REDE GLOBO

Dominique Wolton é um dos entusiastas da *TV Globo*. O sociólogo francês elogia o fato da *TV Globo* conseguir unir, em uma mesma programação, públicos de diferentes realidades sociais, culturais e econômicas (WOLTON, 1997). O autor complementa seu ponto de vista com o argumento de que a *TV Globo*, apesar de ser uma emissora privada, objetiva o interesse público e que, por isso, ela é um exemplo para outras televisões do mundo.

A história da emissora começou quinze anos depois da chegada da televisão no Brasil. No dia 24 de abril de 1965, a *TV Globo* foi inaugurada no canal 4 do Rio de Janeiro. A concepção da nova rede já vinha sendo pensada desde 1961 e o resultado desse planejamento foi um novo conceito de emissora comercial, que ofereceu aos anunciantes uma “oportunidade de multiplicar mensagens publicitárias” (ALMEIDA, 1976, p. 16).

As novas estratégias de comercialização da *TV Globo* foram essenciais para seu sucesso. Ela passou do conceito comercial “à moda do rádio” para criação de técnicas bem mais avançadas, criando patrocínios, vinhetas da passagem, *breaks* e outras inovações que continuam sendo utilizadas até os dias de hoje (FURTADO, 1988).

Essa diferença de pensamento comercial veio dos conhecimentos retirados da televisão norte-americana, que já estava consolidada. O *know-how* foi trazido pelo grupo norte-americano *Time-life* a partir de um acordo de cooperação técnica em que a *TV Globo* recebeu, além de capital, pessoal especializado e equipamentos modernos (ALMEIDA, 1976).

A parceria foi alvo de uma CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito) no Congresso Nacional. A investigação comprovou que havia irregularidade na medida, pois ela infringia a Constituição da República – a violação da Lei estava no recebimento de capital estrangeiro através da *Time-life*. O caso foi, porém, arquivado em 1968, pelo então presidente General Costa e Silva, um sinal de

aproximação do Governo Militar com a recém-inaugurada *TV Globo* (PORCELLO, 2008).

A relação entre Governo Militar, iniciado em 1964, e a *TV Globo*, estreada um ano depois, vai além da coincidência de datas e é, sobretudo, ideológica. Em uma entrevista à *Revista Veja*, em 1976, Roberto Marinho, fundador das empresas de comunicação O Globo, deixou clara sua intenção com a emissora.

Procuramos fazer com que ela seja, de fato, um poderoso instrumento de consolidação da unidade nacional. Atingindo praticamente todo o território do País, acredito ser evidente a contribuição da Rede Globo para a intensificação da difusão e do intercâmbio daqueles conceitos e dados de natureza cultural, social e moral — sem falar na informação, pura e simples — que constituem a base do desenvolvimento nacional em todos os campos e em todos os níveis. (ALMEIDA, 1976, p. 57)

Esse ideal é também expresso na condução do Governo Militar pós-64, que estimulou um rápido desenvolvimento econômico a partir da promoção das empresas estatais, empresas nacionais e corporações multinacionais. Com o Estado agindo diretamente na economia, criaram-se condições para influenciar os meios de comunicação através das pressões econômicas (MATTOS, 1985).

Além de poder interferir na saúde financeira das empresas de comunicação, o Governo Militar também acionou métodos legais de controle de conteúdo, através de atos institucionais. Para Wolton (1990), no entanto, é importante destacar que, mesmo que os militares tenham utilizado a *TV Globo* como instrumento político, eles não tinham poder sobre a recepção da televisão.

Se, por um lado, as autoridades militares, por meio do regime de 'concessão', imitado do modelo norte-americano - e, portanto, aberto a pressões -, controlavam a infra-estrutura, por outro lado não controlavam o conteúdo dos programas, com exceção da informação. E menos ainda a recepção. (WOLTON, p. 154, 1990)

Apesar do suporte econômico do grupo *Time-life* e grande potencial comercial, a *TV Globo* não começou com audiência expressiva e teve que concorrer com emissoras que já faziam sucesso na época, como a *TV Rio*, a *TV Tupi* e a *TV Excelsior* no Rio de Janeiro. Na capital fluminense, a nova emissora só ganhou popularidade em janeiro de 1966. Nesse mês, o Rio de Janeiro teve uma grave inundação com inúmeros desabamentos e a *TV Globo* teve um papel importante de cobertura jornalística dos fatos. Além de noticiar o desastre, a emissora abriu os

estúdios instalados no bairro Jardim Botânico para abrigar desalojados e recolher donativos para as vítimas. A partir dessa tragédia, “criou-se um caso de amor entre a Globo e os cariocas [...]” (SILVA, 1985, p. 31)

Em São Paulo, a conquista foi mais difícil, mas se deu em julho de 1969 com a transmissão ao vivo das imagens do primeiro homem andando na Lua. A veiculação em tempo real daquele momento pela *TV Globo* deu a emissora o status que ela já tinha na capital fluminense e a colocou na frente na disputa pela audiência (MEMÓRIA GLOBO, 2004). É interessante notar como hoje, no novo formato do *Jornal Nacional*, a transmissão ao vivo está sendo ampliada em uma tentativa de sedução do público como em 1969.

A década de 70 segue com a incorporação de programas mais populares na emissora através da contratação de apresentadores de programas de auditório da, em decadência, *TV Excelsior*. Aqui se percebe como o entretenimento é usado pela emissora para recuperar a audiência, movimento semelhante ao que se parece dar no novo formato do *Jornal Nacional*. No mesmo período, a *TV Globo* também investiu na qualidade técnica dos programas e da transmissão. Em 1976, a emissora já atingia com a mesma qualidade de imagens 99% dos 10 milhões de domicílios com televisão (ALMEIDA, 1976).

Essa obsessão da *TV Globo* pela qualidade técnica começou a ser chamada de “Padrão Globo de Qualidade” (MATTOS, 1990). José Bonifácio Sobrinho (2001), um dos mais importantes diretores da história da *TV Globo*, conta que a expressão surgiu através da imprensa.

Na verdade, o Padrão Globo de Qualidade não foi criado por ninguém, mas resultou de uma exigência comum a quase todos os funcionários da empresa em todos os escalões. A mentalidade de tolerância zero se implantou na empresa de forma automática e não imposta. E tolerância zero não significa que tudo seja perfeito, mas que se busca a perfeição. (BONI, 2001, p. 431)

O “Padrão Globo de Qualidade” foi adotado especialmente pelas telenovelas. A teledramaturgia, que, de início, seguiu as fórmulas de sucesso das novelas radiofônicas (MATTOS<sup>8</sup> *apud* Caparelli, 1982, p. 32), deu status à *TV Globo*. Segundo Almeida (1976), foi através da telenovela que a rede manteve um público cativo, garantindo a integração do mercado nacional.

---

<sup>8</sup> MATTOS, Sérgio. *História da Televisão Brasileira: uma visão econômica, social e política*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002

### 2.1.1 O jornalismo na Rede Globo

Outro grande recurso de status para a *TV Globo* foi o telejornalismo. O primeiro telejornal, o *Tele Globo*, começou quase junto com a inauguração da emissora, em 1965, e era de início exibido em duas edições diárias às 12h e às 19h. Em janeiro de 1966, ele começou a ser veiculado apenas às 13h. As notícias eram lidas (literalmente) pelos jornalistas Nathalia Timberg, Teixeira Heizer e Hilton Gomes. Devido às limitações técnicas de captação de vídeo, os principais materiais visuais em formato de vídeo veiculados no telejornal eram internacionais e vinham da *CBS News* e *European Television Service*.

O fundo do telejornal era escuro e a bancada, uma mesa simples, permitia que as pernas dos apresentadores fossem vistas, como é possível identificar na figura 1.

É interessante notar também a presença da mulher na bancada, observação que nos será útil para entender o papel da jornalista Maria Júlia Coutinho, a “Maju”, no novo *Jornal Nacional*. Além do *Tele Globo*, outro telejornal da época era o *Ultranotícias*, que também passou de duas para uma exibição em setembro de 1966. Ele foi substituído pelo *Jornal da Globo* em 1967, que durou no horário nobre da emissora até a inauguração do *Jornal Nacional* no dia 31 de setembro de 1969.

FIGURA 1 - NATHALIA TIMBERG, TEIXEIRA HEIZER E HILTON GOMES APRESENTAM O PRIMEIRO TELEJORNAL DA REDE GLOBO



FONTE: MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 20

## 2.2 JORNAL NACIONAL

Naquele dia, às 19h45, Hilton Gomes iniciou o primeiro telejornal em rede no país com as seguintes palavras: “O *Jornal Nacional* da Rede Globo, um serviço de notícias integrando o Brasil novo. Inaugura-se neste momento: imagem e som de todo o Brasil”. O nome “Jornal Nacional”, segundo José Bonifácio Sobrinho, “aconteceu normalmente, pois era assim que nos referíamos ao projeto” (BONI, 2011, p. 241), mesmo que se aponte a relação entre o novo telejornal e o Banco Nacional.

O primeiro formato do *Jornal Nacional* tinha 15 minutos e era composto por três blocos: local, nacional e internacional. Para o sucesso de audiência do telejornal, foi escolhido o horário entre duas telenovelas para veiculação.

Para que tivesse uma audiência garantida, [o *Jornal Nacional*] ficaria espremido entre duas telenovelas, já então o gênero mais popular e com uma fórmula que se mostraria imbatível ao longo dos anos; à 19 horas, um enredo mais leve e bem-humorado e às 20 horas outro mais adulto e dramático. No meio delas, um telejornal que desse à dona-de-casa o tempo certo para colocar o jantar na mesa e ao chefe de família a chance de interar-se, mesmo que superficialmente, dos principais assuntos do dia (SILVA, 1985, p.35)

Silva (1985) ainda afirma que a relação do *Jornal Nacional* com o Regime Militar é evidente:

[...] o *Jornal Nacional* é uma espécie de símbolo do início da formidável ascensão da Rede Globo de Televisão ao virtual monopólio da informação no Brasil, condição à qual não chegou sem estreita cooperação do Estado. (SILVA, 1985, p. 22)

Por outro lado, a Globo, em seu livro de memórias, diz que foi censurada pelo Regime Militar desde a primeira edição do *JN*. A veiculação da notícia sobre o estado de saúde do então presidente Costa e Silva, que abriu o primeiro *Jornal Nacional*, teve que ser negociada com o militares que não queriam a exibição desse conteúdo. Além dessa, outras informações foram censuradas (MEMÓRIA GLOBO, 2004),

Foram vários os assuntos proibidos ao longo dos anos 1970, como o discurso do papa Paulo VI sobre os dez anos da encíclica *Papularum progressio* e a missa de sétimo dia do ex-presidente João Goulart. Também foram vetadas notícias sobre cassações de mandatos e suspensão de direitos políticos; a denúncia de acordos militares entre Brasil e EUA; a

visita da Anistia Internacional; e o afastamento do general Sílvio Frota do Ministério do Exército. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 35)

Além do viés político, é inegável que o *Jornal Nacional* tenha nascido também de uma demanda por capital publicitário. Estrear, pioneiramente, um programa de televisão a nível nacional seria uma novidade no mercado de anunciantes. José Ulisses Arce, então diretor comercial da *TV Globo*, incentiva a criação do *Jornal Nacional* com o seguinte argumento: “Um telejornal de rede é um prato cheio para o mercado publicitário. Ponham no ar que eu vendo, e com muito lucro” (BONI, 2011, p. 240).

O desejo de uma grande fatia de mercado é o que move até hoje o *Jornal Nacional*. Tanto que a mudança aqui estudada se dá em um contexto de perda da audiência, como será mostrado nos outros capítulos, explicitando que a alteração de formato não se dá apenas em troca do objetivo de maior compreensão das notícias pelo público.

Em termos jornalísticos, ao longo de mais de 40 anos de existência, o telejornal se consolidou com o objetivo de “mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia com isenção, pluralidade, clareza e correção” (BONNER, 2009, p. 17). A seleção das informações que vão compor a edição do *JN* é feita, segundo Bonner, a partir de critérios jornalísticos que, entre outros, avaliam o interesse público de cada informação. O jornalista reforça a importância do telejornal em que é o editor-chefe, diferenciando-o de outros meios de produção jornalísticos.

O *Jornal Nacional* é um programa jornalístico de televisão. Por ser jornalístico, apresenta temas comuns aos jornais impressos, aos programas de rádio, aos sites da internet voltados para notícias e, em parte, às revistas semanais de informação. Por ser um programa de televisão, procura apresentar esses temas com linguagem apropriada ao veículo: com um texto claro, para ser compreendido ao ser ouvido uma única vez, ilustrado por imagens que despertem o interesse do público por eles - mesmo que não sejam temas de apelo popular imediato (BONNER, 2009, p. 13)

Para Gontijo (1980), porém, os critérios de noticiabilidade na televisão dependem sim do apelo popular e envolvem também o interesse humano, a proximidade e o impacto emocional. Nos telejornais, segundo o autor, o conflito, gente famosa e os atos de heroísmo, além de fatores como a “filosofia da casa” e o

“interesse dos anunciantes”, interferem no que vira notícia em um telejornal (GONTIJO, 1980, p. 61-66).

Seja como for, a fórmula deu certo e já na década de 1970 era possível compreender o potencial do *Jornal Nacional* na rotina dos brasileiros.

Um país integrado pela notícia. Do Oiapoque ao Chuí, uma luzinha azulada identifica as janelas dos milhões de lares enredados, uma música-prefixo lembra que os fazendeiros e seus peões têm companhia eletrônica no sertão; que nas cidades grandes é hora do papai chegar do trabalho a tempo; que o footing começa mais tarde nas cidadezinhas ou acabou faz alguns anos. A família brasileira janta informação. (ALMEIDA, 1976, p. 25)

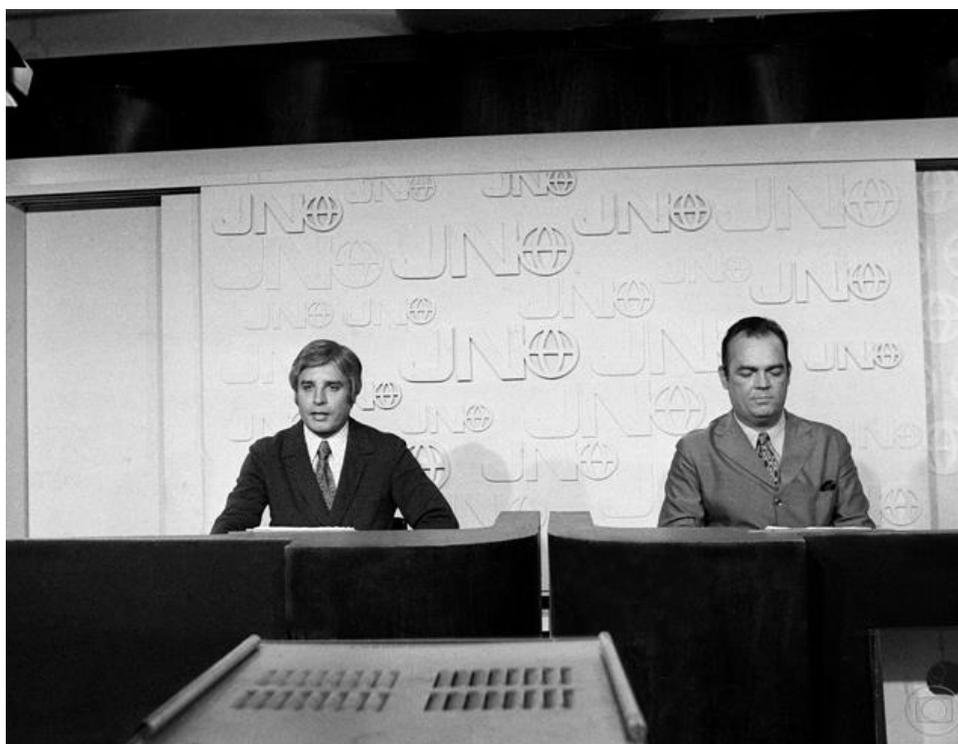
Mas nem sempre a fórmula do *JN* foi a mesma e as mudanças são uma forma de sobrevivência do próprio telejornal. Nas palavras do próprio Bonner, “[...] Esse ‘quarentão’ só tem a longevidade que tem porque procura sempre não frustrar a expectativa do público. [...] O JN só é ‘quarentão’ porque tem quê de camaleão” (BONNER, 2009, p. 145)

### **2.2.1 Mudanças no Jornal Nacional**

O *Jornal Nacional* foi ao ar pela primeira vez com Cid Moreira e Hilton Gomes (FIGURA 2). Em termos estéticos, o telejornal começou com uma logo que incorporava o símbolo da emissora, um globo, com as letras “J” e “N”. No estúdio, um tapume com várias versões de tamanho e profundidade da marca. A bancada escura e com material espesso faz contraste com o fundo claro.

A primeira vinheta era uma colagem de fotos em preto e branco dos acontecimentos e pessoas relevantes e, em *voz off*, ouvia-se: “No ar: Jornal Nacional. A notícia unindo 70 milhões de brasileiros”. No início da década de 1970, houve a primeira mudança de apresentadores. Sérgio Chapelin passou a apresentar o telejornal ao lado de Cid Moreira.

Na imagem, pode-se notar que os equipamentos apareciam sem muito rigor técnico para esconder fios. A bancada e a cadeira dos apresentadores se mostram bem simples e o tapume tem menos detalhes do que o que inaugurou o telejornal.

FIGURA 2 - CID MOREIRA E HILTON GOMES APRESENTAM O *JORNAL NACIONAL* EM 1969

FONTE: Memória Globo online. Captura de tela. Acesso em 22/05/2016

FIGURA 3 - SÉRGIO CHAPELIN E CID MOREIRA A FRENTE DA BANCADA DO *JORNAL NACIONAL*

FONTE: Memória Globo, 2004, p. 32

Em 1972, já em cores, inaugurou-se uma nova vinheta de abertura que dizia: “No ar: Jornal Nacional. Três anos de liderança integrando o Brasil através da notícia”. Em 1979, o fundo do estúdio foi alterado e foi incorporada uma textura que simulava o 3D.

Mais do que mudanças estruturais, essa década foi importante para a consolidação de um formato que seria seguido por muitos anos no *Jornal Nacional*. Durante esta década, como aponta Coutinho (2013), confirmou-se uma tendência de formalidade no *Jornal Nacional*.

Na Globo, o apuro formal era visível na escolha dos cenários, dos locutores, na qualidade das imagens e na edição das matérias. [...] Os cuidados com o visual se complementavam com a seleção de locutores, agora criteriosa visando atrair o público. (COUTINHO, p. 6, 2013)

Já em 1981, a imagem de um mapa mundi em relevo foi introduzida ao estúdio. Junto com essa mudança, foi retirado do logotipo do telejornal o símbolo da Rede Globo e permaneceram apenas as letras “J” e “N”. Um pouco mais tarde, em 1983, o designer Hans Donner ganhou um concurso para fazer uma nova abertura para o *Jornal Nacional*. A vinheta trazia recursos de computação gráfica e usava apenas imagens geradas no computador. De acordo com Donner, a ideia do novo visual do JN veio da vontade de aumentar o espaço do telejornal: “Dar a ilusão de uma grande dimensão sempre me fascinou” (MEMÓRIAS GLOBO, 2004, p. 92).

Também em 1983 o jornalismo da Rede Globo se dividiu entre comunitário e de rede. Assim, as praças foram favorecidas com a criação dos telejornais locais como RJTV, SPTV e DFTV que podiam, também, fazer reportagens para o *Jornal Nacional*. De início, os telejornais locais eram apresentados logo antes do *JN*, criando assim um bloco de jornalismo no horário nobre. Logo se percebeu que essa decisão não favorecia a audiência e, então, foi introduzida a “novela das 7” entre o telejornal local e o nacional.

Com a ascensão da importância dos jornalistas locais, foi preciso levar a todas as emissoras afiliadas um padrão de qualidade através de palestras e cursos. Foi nessa época que surgiu a preocupação com a fala dos repórteres e a fonaudióloga Glória Beuttemuller foi a responsável por uniformizar a voz dos profissionais, amenizando sotaques regionais para “haver uma melhor compreensão nacional do noticiário” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 122 e 123).

Essa preocupação com a padronização invadiu também o guarda-roupa dos repórteres e a emissora contratou uma editora de moda para orientar os apresentadores e repórteres sobre quais roupas eram mais adequadas para aparecer no vídeo. É curioso notar que, mesmo com várias mudanças através do tempo, o novo formato do *Jornal Nacional* ainda segue as mesmas regras de etiqueta de moda, que colabora para a aparência uniforme e formal do telejornal.

As apresentadoras não deveriam usar blusas de alça ou com grandes decotes. Deveriam evitar jóias e bijuterias grandes demais, ostensivas e brincos pingentes e brilhantes. Os apresentadores não poderiam usar paletós nos tons branco e gelo e deveriam evitar gravatas lisas ou de acetato, que faiscavam no vídeo (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p.150)

Em 1989, o *JN* ganhou dois novos estúdios - um fixo e um móvel. Idealizada também por Hans Donner, a nova estética do estúdio fixo tinha ares futuristas e trazia a logo do telejornal em vários ângulos, inclusive no teto, trazendo a ideia de profundidade. Já o móvel tinha uma tela atrás do apresentador em que podia-se acrescentar imagens que tivessem relação com o fato retratado. Também começou a ser utilizado o *chroma-key*<sup>9</sup> que possibilitava computações gráficas (FIGURA 5). Além das mudanças estéticas, voltaram à bancada Cid Moreira e Sérgio Chapelin, que havia sido substituído por Celso Freitas durante seis anos (FIGURA 4).

É importante notar na imagem que a bancada assume a forma de “U” e a logo no teto que dão ideia de profundidade. Outro aspecto a ser notado é a possibilidade de reflexo, trazida por uma bancada espelhada.

---

<sup>9</sup> *Chroma Key* é uma técnica que permite eliminar o fundo de uma imagem para adicionar outra imagem de fundo. Para isso, é usada, ao fundo, uma cor sólida, como verde ou azul.

FIGURA 4 - ESTÚDIO CRIADO PELA EQUIPE DE HANS DONNER



FONTE: Memória Globo, 2004, p. 187

FIGURA 5 - USO DO *CHROMA KEY* EM 1989, DURANTE AS ELEIÇÕES NACIONAIS

FONTE: Memória Globo, 2004, p. 227

Outra mudança significativa no formato, também de 1989, foi a inserção de comentaristas especializados em temas políticos e econômicos. Eles ficavam fora do estúdio e usavam cenários específicos para contextualizar assuntos. Um comentário sobre o aumento de juros, por exemplo, foi gravado dentro de um banco (MEMÓRIAS GLOBO, 2004, p. 189).

Em 1991, o *Jornal Nacional* sentiu sua audiência ameaçada pela primeira vez. Neste ano, a emissora teve que disputar espaço no horário nobre com a novela infantil *Carrossel*, que estava no ar no SBT (Sistema Brasileiro de Televisão). O telejornal, então, passou a usar a dramatização de situações para ilustrar matérias com a ajuda do setor de criação da emissora. O recurso era usado, especialmente, para reconstituição de crimes. Nesse contexto, a Rede Globo admite que abusou da dramatização em matérias policiais para atrair o público (MEMÓRIAS GLOBO, 2004, p. 233). Na mudança de 2015, nos parece que há um abuso da linguagem humorística, como trataremos no capítulo de análise.

Outra tentativa de reinvenção do telejornal se deu em 1996, com a troca da dupla de apresentadores Cid Moreira e Sérgio Chapelin por William Bonner e Lilian Witte Fibe (FIGURA 6). Mesmo a contragosto do público, que estava acostumado com Moreira e Chapelin, a mudança foi adotada pela Central de Jornalismo da Globo como uma tentativa de dinamizar o telejornal, trazendo profissionais que se envolvessem com a notícia a ponto de terem propriedade para fazer comentários e entrevistas ao vivo (MEMÓRIAS GLOBO, 2004, p. 287-288). A ideia era deixar de lado o apresentador que somente lê a notícia, ainda um resquício do rádio, e a formalidade da fala, que era muito ensaiada.

É importante notar que, desde então, o *Jornal Nacional* tem uma mulher na bancada. Isso é relevante para se analisar o papel da mulher no telejornal, tendo em vista a intenção deste trabalho em se analisar a “Maju”. Outro aspecto a ser pontuado é que o apresentador mais importante do *JN*, até então Cid Moreira, sempre ficou à esquerda da bancada. Quando uma mulher passa a apresentar o telejornal, é escolhida a posição à direita da bancada (FIGURA 6).

A novidade desse novo formato, ainda, foi a incorporação de um novo espaço para o jornalismo opinativo feito pelos próprios apresentadores. Nas edições desse período do *JN*, o destaque era para os comentários sobre economia, feitos pela própria apresentadora. Essa mudança, com o envolvimento maior dos

apresentadores no que é veiculado no telejornal, é acompanhada também pela movimentação de câmeras.

Nos comentários de Lilian Wite Fibe, um leve movimento de aproximação da câmera, para enquadrá-la em um plano mais fechado, evidenciava a mudança de função da jornalista, passando da condição de apresentadora para a de comentarista (REZENDE, 2000, p 247).

FIGURA 6 - NOVOS APRESENTADORES, WILLIAM BONNER E LILIAN WILE FIBE ASSUMEM A BANCADA DO *JORNAL NACIONAL*



FONTE: Memória Globo, 2004, p. 295

Em 1998, depois de uma breve passagem de Sandra Annenberg, Fátima Bernardes assume o posto feminino do *Jornal Nacional* (FIGURA 7). Seguindo a mesma proposta, ela continua participando da edição do telejornal como forma de garantir a proximidade com a notícia relatada.

FIGURA 7 - FÁTIMA BERNARDES E WILLIAM BONNER A FRENTE DO JN



FONTE: Memória Globo online. Captura de tela. Acesso em 22/05/2016

Os anos 2000 começaram com uma grande mudança em termos visuais no *Jornal Nacional*. No ano de comemoração aos 35 anos da *TV Globo*, o *JN* deixou de ser apresentado em um estúdio pela primeira vez. A bancada foi instalada a três metros e meio de altura do chão em um mezanino para que o telespectador pudesse ter uma visão da redação do telejornal como imagem do fundo. Além disso, a bancada foi modernizada com computadores e um refletor foi instalado para que imagens que têm relação com o tema tratado pudessem ser projetadas (FIGURA 8).

Em 2009, nos 40 anos de existência do telejornal, o globo terrestre que fica atrás dos apresentadores ganhou movimento. Na edição de estreia deste novo formato, William Bonner comenta a novidade: “*Agora o globo gira porque a Terra gira. É assim que as coisas são*”, numa tentativa de reforçar a verossimilhança do telejornal com o mundo. Ao fundo da redação foi também adotado um telão que exibia imagens e ilustrações complementares às reportagens veiculadas. Quando os apresentadores chamavam um correspondente em Nova York, por exemplo, aparecia uma imagem da estátua da liberdade, símbolo da cidade.

FIGURA 8 - O JORNAL NACIONAL EM 2000



FONTE: Memória Globo online. Captura de tela. Acesso em 22/05/2016

FIGURA 9 - WILLIAM BONNER E FÁTIMA BERNARDES NA EDIÇÃO DE 31/08/2009



FONTE: Memória Globo online. Captura de tela. Acesso em 22/05/2016

Depois disso, vale relembrar mais duas mudanças de apresentadores. Em dezembro de 2012, Patrícia Poeta assume a posição de Fátima Bernardes. Menos

de dois anos depois, em novembro de 2014, Renata Vasconcelos começa a apresentar o telejornal.

FIGURA 10 - WILLIAM BONNER E RENATA VASCONCELOS APRESENTAM O *JORNAL NACIONAL*



FONTE: Memória Globo online. Captura de tela. Acesso em 22/05/2016.

### 2.2.2 A mudança de 2015

O dia 27 de abril de 2015 foi a data da mais recente mudança significativa no *Jornal Nacional*. Essa alteração veio com uma justificativa recorrente, a comemoração de um aniversário da *TV Globo*, mas com um contexto muito diferente. O consumo de informação mudou, conforme será apontado no capítulo seguinte, e há uma queda de audiência significativa do telejornal. Apesar da queda de audiência ser apenas um dos fatores para mensurar “a relação entre o conteúdo da programação e seu suposto feito” (BOURDIEU, 2009, p. 34), a redução dos números da contagem feita pelo Ibope sobre o *Jornal Nacional* entre 2012 e 2016 foi de 28%<sup>10</sup>

O telejornal, que tinha uma audiência média nacional de 69% na década de 1970<sup>11</sup>, teve mudanças estruturais, de forma e conteúdo, significativas em 2015. O estúdio foi ampliado e clareado e agora dá espaço para a movimentação dos

<sup>10</sup> Em quatro anos *Jornal Nacional* perde 28 % de seu público. Disponível em <http://tvefamosos.uol.com.br/noticias/ooops/2016/02/09/em-quatro-anos-jornal-nacional-perde-28-de-seu-publico.htm>. Acesso em 24/05/2016

<sup>11</sup> Números do IBOPE de 1976

apresentadores. Esse movimento também é permitido pela quantidade maior de ângulos de câmeras.

Com nova possibilidade de movimentação, os apresentadores agora abandonam a bancada em certos momentos do programa, como nas vezes em que eles vão conversar com um repórter ao vivo e para apresentar a previsão do tempo. Parece uma mudança simples, mas até então levantar da cadeira era um movimento raro, que só aconteceu em momentos específicos, como quando William Bonner e Fátima Bernardes apresentaram os novos adereços visuais do programa em 2009 e quando, em 1987, Cid Moreira recitou de pé o poema “E agora, José?” de Carlos Drummond de Andrade no dia em que o poeta morreu.

A bancada sempre teve importância no telejornal em termos de imagem, por isso não é exagero dizer que a perda de importância da bancada é a quebra de um padrão no *Jornal Nacional* e é essa, além de outras, uma mudança a ser entendida sob o ponto de vista da produção de sentido.

### 2.3 O BLOCO DA PREVISÃO DO TEMPO

A observação do tempo passa a ser relevante no período histórico da Revolução Neolítica. Foi nessa época que o ser humano começou a entender a relação entre a cheia de rios, provocados pelos regimes de chuva, e a fertilidade na terra, passando então a se sedentarizar perto do curso das águas e a depender da agricultura (CHILDE, 1978). A importância da agricultura continuou em outros sistemas econômicos ao longo da História, como o feudal, em que um pedaço de terra valia proporcionalmente à produção agrícola, organizada de acordo com os ciclos das estações do ano (ANDERSON, 1982).

Séculos depois, tecnologias de observação dos astros foram desenvolvidas e, junto com os satélites, tornaram possível prever as condições de tempo. Junto a esse curso da História, também foram inauguradas novas técnicas de plantios, que afastaram o Homem do campo e o trouxeram para a cidade. Porém, mesmo urbano, o ser humano ainda tem um resquício do período neolítico e feudal: a preocupação com as condições climáticas.

Verificar a previsão do tempo faz parte do ritual de preparo para sair de casa pela manhã ou planejar uma viagem. É uma espécie de tentativa de domínio do

futuro e controle de problemas, já que o ambiente climático é único fator do dia que pode ser previsto.

Sabe-se que os relógios exercem na sociedade a mesma função que os fenômenos naturais, a de meios de orientação para homens inseridos numa sucessão de processos sociais e físicos. Simultaneamente, servem-lhes, de múltiplas maneiras, para harmonizar os comportamentos de uns para com os outros, assim como para adaptá-los a fenômenos naturais, ou seja, não elaborados pelo homem. (ELIAS, 1984, p. 8 *apud* PROBA, 2010, p. 19-20)

A confiança na previsão do tempo tem a ver com o fato de ela poder ser cientificamente verificada e ser divulgada pelos meios de comunicação. Tendo em vista que há uma relação de confiança do público com o jornalismo (MIGUEL, 2002), a meteorologia divulgada nos telejornais ganha tom de verdade. Gregory e Miller (1998) reforçam essa ideia apontando que a especialização do conhecimento científico e o alto grau de complexidade da circulação de informações fazem com que os indivíduos criem mais relações de confiança com pessoas que expliquem os termos científicos - neste caso, os jornalistas - do que busquem por elas próprias a compreensão dos fatos e elementos técnicos.

Cabe ressaltar que o interesse pela previsão do tempo vai além da questão comportamental, um fator para escolha da roupa do dia, e pode ser também fruto de razões econômicas. O site do portal de notícias sobre previsão do tempo mais famoso do Brasil, *Climatempo*, por exemplo, oferece serviços de consultoria de tempo para empresas de construção civil e produtoras de vídeo e presta serviços para o setor do agronegócio e elétrico<sup>12</sup>.

A veiculação da previsão do tempo na TV é um reforço do papel *generalista* desse meio (WOLTON, 2009), já que não se inscreve a um público consumidor específico e se serve ao interesse público amplo, reúne pessoas dos mais variados tipos sociais em torno de uma mesma informação. A importância social da previsão do tempo é expressa por Proba (2010): “Quando um telejornal apresenta a meteorologia, está lidando com informações objetivas, que influenciam o homem em seu cotidiano, desejos e necessidades” (PROBA, 2010, p.20).

Diferente de outras estruturas do telejornal, a previsão do tempo é uma parte isolada da programação, em que pode-se usar uma linguagem mais informal e descontraída e em que recursos de aproximação como o humor e a interlocução são

---

<sup>12</sup> Disponível em <http://www.climatempoconsultoria.com.br/>. Acesso em 28/05/2016.

aceitos. Como aponta Fabiane Proba (2010), a previsão do tempo abre espaço para o entretenimento no jornal televisivo.

Salvo em casos de catástrofes naturais e fenômenos climáticos, como furacões, tornados e ciclones, a informação meteorológica tende a ser linear dia após dia, sem novidades, não exigindo um comprometimento, um senso crítico do espectador. Desta forma, a obtenção dessa informação acaba por se traduzir em um momento relaxante, de descompromisso, que se resume a saciar a curiosidade sobre o tempo e definir aspectos pragmáticos do cotidiano (PROBA, 2010, p.21)

No *Jornal Nacional*, o bloco da previsão do tempo não começou apresentando essas características. Em 1991, na estreia do bloco, Cid Moreira não chama Sandra Annenberg pelo nome e tem a preocupação maior de explicar como foram obtidos os dados da previsão do tempo: “A previsão da meteorologia com fotos do satélite *meteosat*, recebidas do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais”.

Inauguração do bloco fez parte de um pacote de mudanças no telejornal, como explicado no capítulo sobre a Rede Globo e o *Jornal Nacional*, e surgimento da previsão do tempo no *JN* seguiu uma tendência global, em que a meteorologia passou a ter mais importância no conteúdo dos telejornais em diversas emissoras do mundo (TOURINHO, 2009).

Outro ponto a ser levado em consideração é que, pouco antes de começar na apresentação da previsão do tempo, Annenberg tinha tido experiência na teledramaturgia da emissora e já tinha feito participações especiais na novela Pacto de sangue (1989) e nas minisséries República (1989) e A, e, i, o... Urca (1990).

FIGURA 12 - NOVO BLOCO DA PREVISÃO DO TEMPO APRESENTADO POR SANDRA ANNENBERG



FONTE: MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 235

No primeiro formato da previsão do tempo<sup>13</sup>, a apresentadora gesticulava, mostrando as regiões do mapa às quais ela referia no texto falado. Como forma de chamar a atenção do telespectador para o mapa de previsões, a apresentadora ficava frequentemente de costas para a câmera e parecia estar falando com o mapa. Sandra Annenberg conta como foi a experiência.

Como o mapa era a grande estrela, eu tinha que levar o público até ele e, para isso, eu dava as costas para o telespectador. Eu falava para os meus chefes: 'Eu sempre aprendi que você tem que falar de frente para as pessoas'. Mas eles achavam que não, que eu tinha que levar o público até o mapa e mostrar onde estavam as coisas (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 232)

A narrativa de Annenberg mostra que a previsão do tempo surgiu com certo tom de experimentação no *Jornal Nacional*. Ela ainda conta que tomou como referência inicial a emissora inglesa BBC (British Broadcasting Corporation), que já usava um jornalista para apresentar a previsão do tempo desde 1954.

<sup>13</sup> Vídeo disponível em <http://globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/jornal-nacional-estrea-de-sandra-annenberg-1991/2432918/>. Acesso em 28/05/2016.

Foi a mesma emissora que começou o noticiário climático no rádio na década de 1920 e que, no início da década de 1950, importou o formato radiofônico para a TV. A primeira versão da previsão do tempo na TV exibiu apenas imagens de mapas cobertas por uma narração e se caracterizou como uma extensão do que era feito no rádio (ZUZA & JESUS, 2009).

Desde esses marcos de início do formato de previsão do tempo, o bloco tem ganhado importância e vem se consolidando como parte importante do jornalismo televisivo. A pesquisa feita por Guilherme Rezende no final da década de 1990 mostra que a previsão do tempo era o único bloco que aparecia todos os dias no *Jornal Nacional* e que ele tinha um tempo médio de 33,3 segundos por dia (REZENDE, 2000, p. 237). Já em 2009, Fabiane Proba identificou uma variação semanal de 54 a 59 segundos diários destinados à previsão do tempo no *Jornal Nacional* (PROBA, 2010).

A título de simples comparação, a previsão do tempo na estreia do novo formato do *JN*, no dia 27 de abril de 2015, ocupou 2 minutos e 42 segundos do telejornal<sup>14</sup>. A diferença de tempo pode ser explicada pelo fato de que, em 2015, a previsão do tempo não está mais apenas na televisão ou nos meios de comunicação de massa. No intervalo da pesquisa de Rezende (2000) e a inauguração do novo *JN*, fortaleceu-se o papel dos *smarthphones* e computadores com aplicativos e sites em que se pode verificar a previsão do tempo a qualquer momento. Essa diferença faz crescer a necessidade de rever a maneira com que se conta a notícia da previsão do tempo.

A mudança de narrativa do bloco no *JN*, com a incorporação de Maria Júlia Coutinho, Maju, parece, então, uma tentativa do telejornal de criar uma nova maneira de contar uma história que já pode ser ouvida/ vista de outras formas, conforme será analisado nos próximos capítulos deste trabalho.

Como no caso de “Maju”, diferente de outros repórteres do telejornal, o jornalista responsável pela previsão do tempo ganha certo tom de personificação. Como esse profissional aparece todos os dias em um dos blocos mais relevantes para o dia-a-dia dos telespectadores, ele assume um papel mais próximo a quem o assiste. Esse efeito também é resultado da linguagem utilizada neste bloco e pela própria liberdade de movimentação do jornalista do tempo.

---

<sup>14</sup> Vídeo disponível em <http://g1.globo.com/jornal-nacional/edicoes/2015/04/27.html>. Acesso em 28/05/2016

Outra característica da previsão do tempo nos telejornais Brasil é a predominância da figura feminina na apresentação do bloco. Essa tendência é percebida desde o início do bloco no *Jornal Nacional*, conduzido por Sandra Annenberg. Ela foi a primeira figura feminina a aparecer diariamente em um quadro fixo do telejornal e desde então, à exceção dos períodos de atuação de Carlos Magno e Evaristo Costa, as mulheres sempre apresentaram o tempo no *Jornal Nacional*.

Proba (2009) chama essas mulheres de “moças do tempo” e lembra que, diferente das jornalistas que exercem outras funções, elas estão mais expostas ao julgamento estético. “Elas aparecem de corpo inteiro no vídeo, ao contrário daquelas que se posicionam atrás das bancadas ou das repórteres de rua, que raramente são filmadas por completo” (PROBA, 2009, p. 8).

A importância da imagem do apresentador do tempo - na maioria das vezes mulheres - é um sintoma do que Bourdieu (2009) aponta como um narcisismo na televisão. “[...] a tela de televisão se tornou hoje uma espécie de espelho de Narciso, um lugar de exibição narcísica” (BOURDIEU, 2009, p. 17). A beleza exigida pelas “moças do tempo” é, para Barbeiro (2001), uma forma que a televisão usa para satisfazer os desejos de realização pela imagem do público. Nesse sentido, para Guy Debord (1997, p. 51), “as notícias são apresentadas por belas mulheres, ou por “âncoras” que funcionam como showmen, não tendo importância o fato de eles saberem ou não de que trata a notícia lida no teleprompter”.

Apresentar a previsão do tempo, ainda, parece ser a porta de entrada para outros cargos de apresentação mais importantes na televisão. Um exemplo é Patrícia Poeta, que apresentou o tempo no *Bom dia Brasil*, telejornal matinal da Rede Globo, depois, conduziu o *Fantástico*, revista eletrônica exibida aos domingos na emissora, e fez parte da bancada do *Jornal Nacional* entre 2011 e 2014.

Outra crítica à previsão do tempo na televisão é a falta de contextualização das informações apresentadas e o fato de ser esse bloco o único destinado às notícias meteorológicas, a não ser quando há uma catástrofe natural.

O tempo parece, também, não ter passado no seu quadro de previsão meteorológica. Restringe-se à lógica cartesiana do Gênero Informativo, que quer ser objetivo, para provar que é neutro. Apresenta, em geral, um comunicador, em parceria com um mapa.[...] A previsão do tempo é estática. Possui um sotaque de jogral, quase afogado na tábua-rasa de sua profunda mesmice. (RAMOS & ZAMBERLAN, 2005, p.8)

A previsão do tempo também excedeu as fronteiras do telejornal e começou a ter canais próprios de veiculação. A primeira emissora a se dedicar exclusivamente ao tema, 24 horas por dia, foi a *Weather Channel* em 1982 nos Estados Unidos. No Brasil, o primeiro canal com essas características, o *Climatempo*, surgiu em 1998 na TV fechada. Além de alertas meteorológicos e notícias sobre o clima em todo o Brasil, o canal se propõe a oferecer notícias sobre agricultura, lazer, cultura, turismo e meio ambiente na grade de programação<sup>15</sup>.

É interessante notar que o próprio slogan do canal, “você fala, a gente entende”, reforça a ideia de que a meteorologia é parte da interpretação da fenômenos naturais, que causa fascinação no homem urbano, desacostumado com a observação da natureza.

## 2.4 MUDANÇAS NO JORNALISMO E NO TELEJORNALISMO

Falamos em mudanças no jornalismo por conta, indiscutivelmente, do crescimento das mídias digitais. Elas redesenham o consumo de informações, propondo uma produção mais ágil em relação aos meios de comunicação tradicionais e um mundo em que um conteúdo individual pode virar mundial. Isso criou uma instabilidade no jornalismo padrão e nas empresas de comunicação.

Como uma das consequências centrais dessa mudança, podemos apontar a grande quantidade de conteúdos produzidos diariamente pelo cidadão “comum”, ou mesmo por figuras públicas, em formato de imagens, vídeos, textos, *gifs*... É o que Schudson (2016) considera como “brave new world for information”.

Isso significa que o volume de informações circulando foge do controle do jornalista que antes participava ativamente na seleção dos conteúdos, como um *GateKeeper*<sup>16</sup>.

O antigo monopólio de gatekeeping mantido pela mídia de massa tem sido desafiado pela nova prática de gatwatching: feita pelos blogueiros individuais e pelas comunidades de comentaristas que podem não fazer

---

<sup>15</sup> Grade de programação de maio e junho de 2016 disponível em <http://imagens.climatempo.com.br/site/csv/grade.pdf?dia=20160129>. Acesso em 28/05/2016.

<sup>16</sup> Teoria da década de 1950 de David Manning White que afirma que os jornalistas têm poder de escolha sobre qual acontecimento vai virar notícia. Eles decidem qual conteúdo passa ou não pelo “portão”

reportagem das notícias de primeira mão, porém fazem a curation e avaliam as notícias e outras informações fornecidas pelas fontes oficiais, e assim prestam um serviço importante (BRUNS, 2011)

Nesse “novo mundo”, o jornalista parece estar assumindo o papel de curador de informações e não mais de produtor exclusivo. Em meio a informações falsas e boatos, intensificados pela rapidez das redes, o profissional de comunicação é requisitado para atestar confiabilidade e relevância a uma notícia (MORETZSOHN, 2015). É uma mudança inclusive na rotina da profissão. O jornalista que ia para rua passa a ficar nas redações, produzindo conteúdos com base em elementos enviados por agências e assessorias de imprensa ou publicados em redes sociais.

O jornalista que “não vai para a rua” é parte da lógica do novo modelo de negócio dos portais de notícias. O primeiro site de notícias brasileiro é o Jornal do Brasil, que surge em 1995 como uma simples reprodução do conteúdo impresso na plataforma online. Porém, mais recentemente, podemos falar em uma “profissionalização” do jornalismo online, destacando o uso da publicidade para financiamento das matérias jornalísticas (ou até matérias jornalísticas publicadas por publicitários) e um fluxo de informações mais constante com a ajuda de ferramentas como o Twitter e o Facebook.

Outra adaptação é o incremento das assinaturas online e a readequação de layout dos grandes jornais brasileiros, como Folha de São Paulo e Estadão, para telas de tablets e celulares. A nível mundial observa-se também a notícia contada através de ferramentas visuais e de vídeo, como a reportagem apresentada em 2012 pela New York Times, *Snow Fall*<sup>17</sup>, que inaugurou uma nova perspectiva de contar histórias ao jornalismo, o *storytelling*.

Para compreender, em específico, as mudanças na televisão é preciso pensar no tempo e espaço. O tempo de um *tweet*, por exemplo, é incrivelmente menor do que o tempo para produzir uma reportagem de televisão. E o espaço tão rígido e restrito para uma notícia em um telejornal é bem diferente das milhares de páginas online em que a mesma informação pode circular. Isso significa que a informação que a televisão oferece no telejornal, em restritos minutos, pode não ser mais novidade para um telespectador conectado.

---

<sup>17</sup> Disponível em <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>. Acesso em 27/03/2017.

Para driblar a internet e dar a impressão de mais agilidade, os telejornais parecem estar investindo em mais conteúdos ao vivo, como será analisado no caso do *Jornal Nacional*. A possibilidade de gravar um conteúdo através dos VTs, que outrora foi de grande avanço para a televisão (vide capítulo sobre a televisão e o telejornal), parece estar sendo abandonado em detrimento de uma atuação instantânea do repórter de televisão.

Na verdade, podemos observar uma simultaneidade no consumo de conteúdos online e da televisão. O IBOPE Media, através do estudo SocialTV<sup>18</sup> em 2014, mostrou que 16 milhões de pessoas das principais regiões metropolitanas do país acessam a internet enquanto assistem televisão. 38% desses telespectadores fazem comentários nas mídias sociais sobre os programas que estão assistindo na TV. Como exemplo recente desse fenômeno, podemos citar os mais de 1,7 milhão de tweets com a menção *#masterchefBrasil* na final da segunda edição do reality show da TV Bandeirantes MasterChef Brasil em 2015<sup>19</sup>.

Nesse contexto, as TVs tentam se adaptar e levar seus conteúdos às diferentes telas - celulares, tablets, computadores, televisores de automóveis. Tal realidade nos faz pensar em uma recepção mais individualizada dos programas de televisão. A mídia que antes era a responsável por unir a família no sofá, agora se fragmenta numa tentativa de se encaixar a esse novo tipo de telespectador que decide a maneira na qual vai interagir com a grade de programas (MACHADO, 2011, p.27).

Assim, produção televisiva passa a ser um conteúdo a ser consumido não apenas no momento em que é veiculado. Ela fica também disponível em plataformas online das próprias emissoras, como o Globo Play<sup>20</sup>. Na plataforma *on demand*<sup>21</sup> da emissora Rede Globo é possível assistir o que já foi ao ar na televisão ou mesmo conteúdos exclusivos, que não fizeram parte da programação. No entanto, o serviço não é inteiramente gratuito. Para ver a íntegra de novelas ou de

---

<sup>18</sup>Disponível em < <https://www.kantaribopemedia.com/a-tv-cada-vez-mais-social> >. Acesso em: 29/03/2017.

<sup>19</sup> *Final do MasterChef tem mais de 1,7 mi de tuítes*. Notícia publicada em 16/09/2015. Disponível em:<<http://entretenimento.band.uol.com.br/masterchef/2015/noticias/100000771504/final-do-masterchef-atinge-mais-de-um-milhao-e-700-mil-de-tuites.html>>. Acesso em: 30/03/2017.

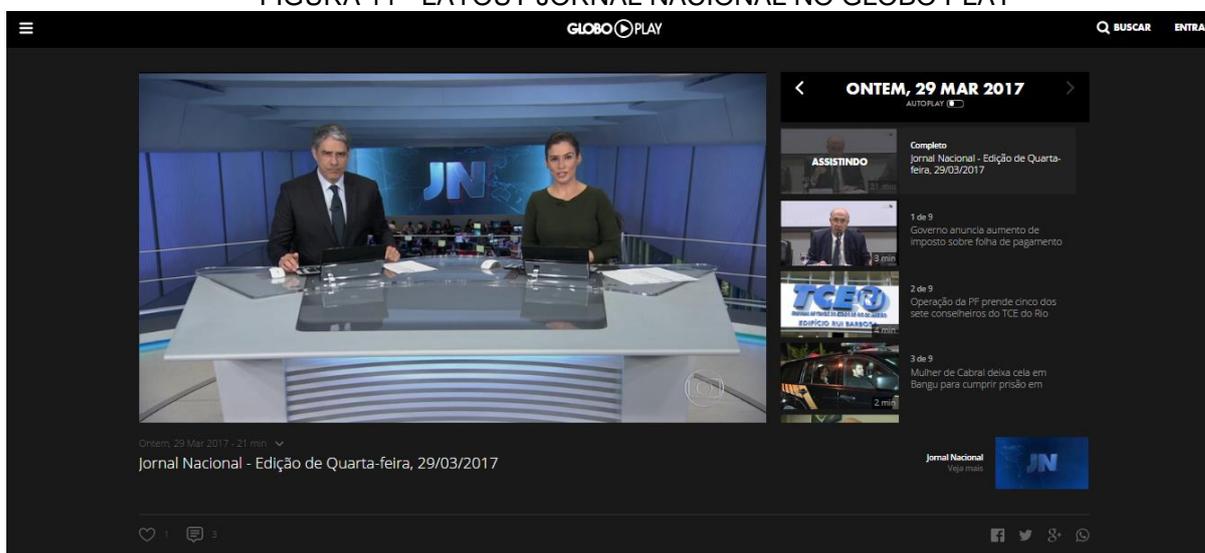
<sup>20</sup> Disponível em <https://globoplay.globo.com/>. Acesso em 24/03/2017.

<sup>21</sup> À demanda. Expressão utilizada para caracterizar plataformas online que disponibilizam conteúdos audiovisuais em forma de catálogo.

reality shows é preciso virar assinante - mais uma novidade da tentativa de criar um novo modelo de negócio à comunicação.

No caso do *Jornal Nacional* é interessante destacar que são disponibilizadas todas as edições do telejornal do Globo Play, mesmo as anteriores à plataforma. A diferença é que a publicação online é cortada por assunto de reportagens, facilitando a busca de um assunto específico. Mais recentemente a edição completa também passou a ser postada. Todos os vídeos têm ícones para o compartilhamento do conteúdo nas redes sociais e ainda um espaço para comentários.

FIGURA 11 - LAYOUT JORNAL NACIONAL NO GLOBO PLAY



FONTE: Globoplay.com.br. Captura de tela feita em 30/03/2017

A maneira como foi desenhada a Globo Play, com a opção de buscar o conteúdo desejado no momento em que se deseja, vai ao encontro ao que expõe Jenkins (2009) no livro em que debate o uso de várias mídias na produção de informações. Segundo o autor, há um “comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2009, p. 29). Isso explica também o crescimento dos canais de televisão que investem em uma programação especializada em nichos (mulheres, esportes, culinária, infantil, etc).

Além do Globo Play, a Rede Globo parece estar preocupada com a modernização de seus programas, a exemplo da própria mudança de formato do *Jornal Nacional* aqui estudada. Para Coutinho (2013), a televisão tenta mudar a oferta de informação com “novos formatos e modelos de contato”.

Uma das propostas seria a de estimular a aproximação com a audiência do novo milênio, mais exigente e conscienciosa ou conectada que décadas atrás. Diretores pensam no formato, tamanho e cor dos estúdios; compositores escrevem temas de aberturas mais atraentes e jornalistas tentam reduzir a distância entre o “eu” e o “eles”. O público também amadureceu e, eventualmente participa e/ou ou espera ser chamado a participar. (COUTINHO, 2013, p.2).

Essa “distância entre ‘eu’ e ‘eles’” é reduzida especialmente através da interação via internet com os telespectadores. Os telejornais fazem perguntas, pedem o envio de perguntas para especialistas, exibem materiais feitos por telespectadores, incitam o uso de *hashtags*. Essa “conversa” com o telespectador virou quase obrigação na televisão brasileira. Mas, por vezes, a participação do público ainda é negligenciada, como nos mostra a pesquisa de Marcon e Finger (2016) sobre a participação do público nos telejornais. O resultado da pesquisa mostrou que telejornais incitam a opinião ou a sugestão do público pelas redes sociais, as pessoas escrevem seus comentários, mas essas observações não são efetivamente incorporadas na programação.

Por outro lado, não é raro o uso nos telejornais de fotos e vídeos feitos por telespectadores. A televisão tenta aproveitar de vídeos da internet para compor sua programação noticiosa, assim com a internet se alimenta das notícias da TV, como um “ciclo de realimentação” (BECKER, 2014). Como nos mostra Martins (2016), essas imagens amadoras podem servir como um atestado de legitimidade da notícia em um quadro de desconfiança do público em relação aos meios de comunicação tradicionais.

O maior risco dos novos modelos de contato que estão sendo construídos é a quebra da barreira entre a distração e a notícia. É o que podemos apontar como *infotainment*, que Gomes (2008) nos define como “o imbricamento entre a informação e o entretenimento”. Esse é um ponto a ser abordado nesta pesquisa, visto que o novo *Jornal Nacional* parece ter criado um espaço de entretenimento dentro do telejornal com a inserção de um quadro de previsão tempo em que podemos encontrar vários traços de humor.

Por isso, com esse trabalho, pretendemos analisar se o principal telejornal brasileiro conseguiu caminhar para uma adaptação do telejornalismo na última mudança de formato adotada. Assim, pretendemos identificar se foi dado um primeiro passo rumo ao futuro do telejornalismo brasileiro ou um recuo em relação à qualidade do jornalismo na televisão.

### 3. A SEMIÓTICA COMO MÉTODO DE ANÁLISE

Após a escolha do objeto de pesquisa, o *Jornal Nacional*, nos preocupamos em encontrar um método de análise que nos permitisse focar mais no próprio objeto do que na emissão ou recepção da mensagem. Assim, escolhemos a semiótica por entender que as mudanças do *JN* podem ser pensadas na ótica da produção de sentido, entendendo que um objeto semiótico não é senão o resultado da leitura que o constrói (GREIMAS, 1984). Como nos mostram Greimas e Courtés (1993),

A teoria semiótica deve se apresentar, de início, pelo o que ela é, ou seja como uma **teoria da significação**. Seu problema inicial é de explicitar, de uma forma de construção conceitual, as condições da apreensão e da produção de sentido (GREIMAS; COURTÉS, p.345, 1993, grifo dos autores)<sup>22</sup>.

Trata-se de um método de pesquisa capaz de ir além da simples análise de discurso ou de recepção, pois propõe entender o objeto tendo em consideração sua complexidade. No entendimento de Barros (2007, p. 7), “a semiótica tem por objeto o texto, ou melhor, procura escrever e explicar o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz”.

O texto na semiótica é tomado como objeto de comunicação entre dois sujeitos, que encontra seu lugar em objetos culturais e manifestações ideológicas específicas. O texto é entendido ainda como a aglutinação de diferentes formas de manifestação verbal, espacial, visual ou mesmo gestual em um mesmo trabalho. A semiótica, então, se propõe a explicar “o que o texto diz” e “como o diz”, se atentando aos procedimentos da organização textual e aos mecanismos de enunciação de produção e recepção de tal texto (BARROS, 2005).

A teoria foi escolhida porque nos parece que muitos trabalhos de comunicação tratam de apenas uma vertente do objeto analisado (linguagem, por exemplo) e assim deixam de lado a amplitude do processo de comunicação e os mecanismos de criação de sentido de uma mensagem. É comum também encontrar trabalhos que chegam a resultados com juízos de valor, classificando a televisão como uma mídia boa ou ruim para a sociedade. São dessas conclusões generalistas que este trabalho tenta escapar, entendendo que “a relação ‘semiótica e

---

<sup>22</sup> “La théorie sémiotique soit de présenter, d’abord, pour ce qu’elle est, c’est-à-dire comme une **théorie de la signification**. Son souci premier sera donc d’explicitar, sous forme d’une construction conceptuelle, les conditions de la saisie et de la production du sens.” (GREIMAS; COURTÉS, p.345, 1993, grifo dos autores)

comunicação' é *única* por falar do mundo midiático como significação em construção" (MITROPOULOU, 2007, p. 107-8)<sup>23</sup>.

A semiótica se concentra na busca pela maneira em que se constroem determinados valores, ideias ou conceitos, investigando a construção dos sentidos. Isto é, a pesquisa se concentra em saber como são instauradas as relações e não especula as intenções do emissor de um texto (FECHINE, 2001). Ao invés de se perguntar "a televisão manipula os cidadãos?", a semiótica questiona "quais são os mecanismos de construção de sentido que a televisão usa para continuar sendo importante para milhões de brasileiros?", por exemplo.

Além disso, dentro da semiótica, é levado em consideração qualquer sinal de resposta ao problema, mesmo que ele pareça "não lógico".

[...] a semiótica contempla, além dos métodos de raciocínio já conhecidos (da indução e da dedução), o método do abdução, relacionado às evidências que se são como *insight* no período da pesquisa, mesmo quando parecem descabidas ou impossíveis de ser alocadas em algum lugar lógico da sistematização do conhecimento (IASBECK, 2001, p.196)

Dentro das perspectivas semióticas, será priorizada a semiótica discursiva, que permite encontrar o nível discursivo, terceiro nível do percurso generativo de sentido (os outros dois níveis são o fundamental e o narrativo). Esse nível é a última etapa do percurso generativo do sentido e é onde se encontram estruturas discursivas com relações entre a instância e a enunciação, responsável pela comunicação e produção do discurso (BARROS, 2005). A partir disso, pretendemos chegar às estruturas fundamentais desse percurso.

Entende-se como percurso generativo do sentido a reconstituição do mais simples ao mais complexo, do mais abstrato ao mais figurativo, da forma em que a significação de um enunciado se constroi. "A análise de uma comunicação - ou de um simples conceito - corresponde a uma descida às camadas profundas, na direção das primeiras articulações do sentido" (FLOCH, p. 126, 1990)<sup>24</sup>. A enunciação pode ser entendida "como a instância de um *eu-aqui-agora*. Com efeito, o sujeito da enunciação é sempre um eu, que opera, ao realizar a produção discursiva, no espaço do aqui e no tempo de agora" (FIORIN, 2000, p. 40).

<sup>23</sup> "[...] le rapport "Sémiotique et Communication" est *unique* pour parler du monde médiatique comme signification en construction." (MITROPOULOU, p. 107/108, 2007)

<sup>24</sup> L'analyse d'une communication - ou d'un simple concept, encore une fois - correspond à une descente vers les couches profondes, vers les premières articulations du sens (FLOCH, p. 126, 1990)

Dada a importância do tempo, é preciso levar em conta que o *Jornal Nacional* é apresentado ao vivo e entender semioticamente os efeitos desse tipo de transmissão. Nessa perspectiva, tem-se como referencial teórico semiótico Yvana Fachine que estuda os efeitos de presença propiciados pela transmissão direta da televisão, em especial no telejornal. Fachine (2008, p. 16) entende que “[...] os efeitos de sentido produzidos pelas transmissões diretas da TV podem ser descritos genericamente como uma forma de presença”. Essa presença se dá, especialmente, pela ideia do “agora” dentro do programa jornalístico, que se constituiu principalmente pela veiculação ao vivo, que proporciona a impressão de que o “já aconteceu ou o que ainda acontecerá estivesse acontecendo junto com a transmissão; como se o acontecimento fosse, em última instância, a própria transmissão” (FACHINE, 2008, p.152, grifo da autora)

Tendo em vista que um dos problemas apresentados no presente trabalho se refere à atuação dos repórteres e apresentadores do *Jornal Nacional*, torna-se relevante trazer para a metodologia de pesquisa a referência teórica de Iluska Coutinho, que trata da dramatização do telejornalismo.

[...] o que os telespectadores acompanham nos telejornais é uma soma de pequenas tentativas de repetição de alguns fatos, amarrados pelos textos de repórteres e apresentadores, uma ‘imitação da ação’ ou das ações humanas, tal como a definição de Aristóteles para a palavra drama  
[...] (COUTINHO, 2012, p. 117)

Ainda que rara, existe uma literatura da aplicação da semiótica na análise de meios de comunicação. Encontramos o livro “Semiótica dos jornais” do autor Nilton Hernandes, que elabora um trabalho que “propõe um modelo de análise dos noticiários com base no aparato teórico da semiótica de Greimas” (HERNANDES, 2005, p.6). Outra referência é a tese de Carolina Mandaji, “Regimes de sentido e de interação na era televisual. Cocoricó: sincretismo, estilo e formação social” (2011), que faz uma análise do programa de televisão Cocoricó, da emissora TV Cultura, utilizando os preceitos da semiótica.

Dada a importância do estudo da imagem para essa pesquisa, também foram consultados preceitos de Roland Barthes presentes no texto “Rhétorique de l’image”, (1964). O autor traz a ideia da imagem como um sistema polissêmico cuja significação não é a mesma para diferentes indivíduos, mesmo que ela apresente os mesmos signos para todos. Entretanto, ele destaca que “a variação de leituras não é anárquica, ela depende de diferentes conhecimentos investidos na imagem

(conhecimento prático, nacional, cultural, estético) e esses conhecimentos podem se classificar, compor uma tipologia” (BARTHES, 1964, p. 48)<sup>25</sup>. A obra de Barthes, porém, se concentra na análise de elemento por elemento de uma imagem, identificando a significação de cada um deles. Por outro lado, na semiótica discursiva, aplicada neste trabalho, busca-se entender as articulações dos elementos, analisando-os como um todo no contexto em que se inserem a partir da análise minuciosa das edições.

Nesse sentido, sabemos que o *Jornal Nacional* investe na imagem, em signos e articulações que pouco variam para garantir uma recepção “sem erros” das suas mensagens, aproveitando de conhecimentos comuns à maioria da população brasileira. Ao mudar de formato, o telejornal arrisca alguns desses signos marcantes e, por isso, este trabalho propõe a investigação desses signos (os antigos e novos), para entender quais são os efeitos de sentido que essa mudança trouxe ao telespectador e ao telejornalismo brasileiro.

Como etapa inicial é utilizada a pesquisa documental (GIL, 2002, p. 45), através dos materiais disponíveis na plataforma e no livro da Memória Globo, em é possível encontrar registros em texto, áudio e vídeo dos principais marcos históricos da emissora e do *Jornal Nacional*. A escolha das edições do *Jornal Nacional* a serem estudadas foi com base no conceito de semana artificial. Essa técnica consiste na seleção de exemplares levando em consideração os dias da semana, como nos mostra Correia: “seleccionar o jornal da segunda-feira na primeira semana completa do ano; o jornal da terça-feira na segunda semana completa do ano, etc (...)” (CORREIA, 2011, P.67). Assim, a semana artificial ou semana construída, é uma técnica que permite classificar em um período longo de tempo quais os temas são mais relevantes para a análise (BAUER e AARTS, 2003).

Optamos, então, por construir essas semanas com uma diferença de mais ou menos dois meses entre cada dia, para obter uma mostra mais ampla do telejornal. Com isso, selecionou-se a seguinte amostra<sup>26</sup>:

14/06/2014 (sábado)

01/08/2014 (sexta-feira)

02/10/2014 (quinta-feira)

---

<sup>25</sup> “Cependant la variation des lectures n'est pas anarchique, elle dépend des différents savoirs investis dans l'image (savoirs pratique, national, culturel, esthétique) et ces savoirs peuvent se classer, rejoindre une typologie” (BARTHES, 1964, p. 48)

<sup>26</sup> Toda os links para acesso à amostra está disponibilizada no Apêndice A.

10/12/2014 (quarta-feira)  
17/02/2015 (terça-feira)  
27/04/2015 (segunda-feira) - telejornal que inaugurou o novo formato  
23/06/2015 (terça-feira)  
19/08/2015 (quarta-feira)  
15/10/2015 (quinta-feira)  
04/12/2015 (sexta-feira)  
13/02/2016 (sábado)

Depois da escolha da amostragem, as edições foram solicitadas ao setor *Globo Universidades* da Rede Globo, que recusou o pedido. A emissora disse que não pode disponibilizar os programas que veicula em sua totalidade, sendo possível apenas ver as edições completas na própria sede da emissora, no Rio de Janeiro.

Tendo em vista os transtornos desse deslocamento e que tínhamos pouco tempo de acesso às edições, optamos por utilizar o material que já está disponível na internet. Mesmo que sejam publicados de forma separada, ao unir os vídeos encontrados no site do Globo Play<sup>27</sup> é possível obter a edição em sua totalidade. Para testar se a técnica funcionaria acompanhamos a edição de 08/06/2016 pela televisão e, em seguida, acessamos o site. Foi possível identificar que todas as reportagens que foram ao ar na televisão estavam disponíveis no site da Globo Play. Durante a análise do corpus, identificou-se que as reportagens não são postadas necessariamente na ordem em que foram exibidas na televisão, porém não consideramos o fato relevante para o andamento da análise já que isto não compromete a resposta ao problema de pesquisa.

---

<sup>27</sup> Disponível em <https://globoplay.globo.com/>. Acesso em 09/06/2016

## 4. ANÁLISE DAS EDIÇÕES: DESCONSTRUÇÃO ENSAIADA

### 4.1 ANÁLISE GERAL

O corpus de onze edições do *Jornal Nacional* nos permitiu ter uma visão ampla do telejornal, com edições normais e edições especiais (de Copa do mundo, carnaval e eleições). Tendo em vista uma descrição ampla do corpus, propomos uma análise geral do telejornal. Podemos afirmar que o JN é um elemento composto de figuras como imagem, sons e palavras operados por atores. Aqui, os nomearemos como nos propõe o senso comum: apresentadores, repórteres e entrevistados. Esses atores, claro, não são os únicos envolvidos na produção do telejornal, mas a imagem - que é aqui analisada - nos mostra apenas esses três personagens. Eles têm a função de articular imagem e som para a compreensão da mensagem. Para isso, tais atores se utilizam do texto corporal (gestos, expressões corporais, movimentos do corpo) e texto falado (linguagem oral) para emitir uma mensagem. Essas mensagens são encadeadas em uma sequência de falas e imagens.

No texto plástico (manifestações visuais), identifica-se que o telejornal é composto em sua maioria por tons de azul, desde o começo de sua exibição em cores. O tom é usado para compor a vinheta de abertura, é predominante na composição do estúdio e também aparece nas reportagens quando elas demandam telas especiais ou GCs<sup>28</sup>. Como nos exemplos abaixo, os recursos gráficos, com raras exceções, são feitos na cor azul.

FIGURA 13 - EXEMPLOS DE RECURSOS GRÁFICOS USADOS NO *JORNAL NACIONAL*



FONTE: Captura de tela das edições 10/12/2014 e 23/06/2015

<sup>28</sup> Abreviação para Gerador de Caracteres. É um texto complementar que aparece sobre a imagem, geralmente para identificar o nome de um entrevistado.

A literatura nos aponta que o azul, a cor mais fria das cores frias, tem uma relação afetiva com “verdade” e “fidelidade” (FARINA, 1987). Essa ideia de fidelidade também é construída justamente na escolha de manter o azul como cor predominante do *Jornal Nacional* durante toda a história do telejornal. Ela é uma marca que mesmo com mudanças no formato, que transformaram estúdios, apresentadores, repórteres e até vinhetas, nunca foi abandonada.

Identificamos também outras marcas fiéis do *JN*. Durante o programa, vemos o microfone com o símbolo da Rede Globo em preto em um cubo branco. Tal objeto aparece em todas as reportagens, especificamente no momento em que o repórter aparece no vídeo relatando um acontecimento - na passagem<sup>29</sup> ou ao vivo - nas mais diversas situações, desde uma cobertura policial até a cobertura do carnaval e ainda nas reportagens internacionais. O microfone, na nossa avaliação, é uma marca de presença e aparece para lembrar ao telespectador que, mais do que o repórter, a Rede Globo esteve no local do acontecimento.

Outro elemento que se repete em todas as edições é a composição de uma imagem ao fundo do apresentador durante o anúncio da reportagem a seguir - esse anúncio, no jargão jornalístico, chamamos de “cabeça”. Temas como economia e futebol têm sua própria representação imagética, enquanto as notícias internacionais geralmente ganham a imagem da bandeira do país em questão. Essa relação é importante justamente por nos mostrar que essa necessidade de conjunção de imagem e som está durante todo o telejornal, como se mais do que falar, fosse necessário mostrar ao receptor do que se fala.

Outra reflexão importante é que essas imagens são automaticamente constituídas em uma tela ao fundo do estúdio - e, por consequência, ao fundo dos apresentadores. Observamos nas edições uma relação “dentro” e “fora” no sentido em que as imagens aparecem. Esse movimento do externo ao interno parece querer demonstrar uma relação do *JN* com o que se passa fora do estúdio. Além de estar acima da redação de jornalistas, em um elevado, é necessário criar uma composição imagética que mostre esse vínculo também do apresentador com o externo, com o que está fora do alcance. É como se houvesse uma “janela para o mundo” em que o apresentador tem o poder de acompanhar (FIGURA 14).

---

<sup>29</sup> Passagem, no jargão jornalístico, é o momento dentro da reportagem em que aparece a imagem do repórter apresentando uma informação em frente ao vídeo

Identificamos também que o nome do telejornal é usado como um sujeito ativo no texto falado, como nesse exemplo da edição 10/12/2014, em que o apresentador William Bonner afirma: “*Antes de encerrar essa edição, o Jornal Nacional vai apresentar (...) na reportagem da Isabela Scalabrini*”. O nome do telejornal então assume um papel pessoal, como uma pessoa independente do resto dos atores já elencados.

FIGURA 14 - SENTIDO DE “FORA” PARA “DENTRO” DA COMPOSIÇÃO DA IMAGEM AO FUNDO DA APRESENTADORA



FONTE: Captura de tela - edição 13/02/2016

Cabe acrescentar ainda que o *Jornal Nacional* é conduzido por dois apresentadores e para isso é preciso que esses dois tenham certa afinidade. Essa sintonia é expressa no olhar, nas expressões faciais e corporais e está principalmente na cabeça e nos olhos que acompanham o parceiro ou parceira. A utilização de dois apresentadores nos dá a impressão de simetria e a relação entre eles nos passa a ideia de cumplicidade ou mesmo cooperação. Um complementa, com reações, o que o outro fala. Por isso, há pouca variação entre o casal escolhido - nas edições em análise, sempre um homem e uma mulher - para apresentar o jornal.

A relação dos apresentadores com os telespectadores acontece especialmente no contato visual. Eles sempre estão com o corpo virado para frente, com os olhos fixos de frente para a câmera - exceto quando um repórter “entra” ao

vivo e eles viram o olhar. O mesmo tipo de contato aparece nas reportagens. Em todas, em algum momento o repórter para de narrar as imagens para que ele mesmo apareça contando algum fato sobre o assunto. Isso nos faz refletir na alta “pessoalização” do telejornal, já que há no discurso do senso comum uma fala que associa repórteres e âncoras do programa como celebridades e até como amigos.

## 4.2 EFEITOS DE SENTIDO DAS MUDANÇAS

A partir da observação das onze edições do *JN* (vide apêndice A) tendo em mente o problema de pesquisa “quais são os efeitos de sentido produzidos pela mudança no formato do Jornal Nacional?” fizemos uma descrição minuciosa de todas as edições. Foi feita uma descrição de todos os elementos que surgiam à cena que poderiam ser úteis para dar *insights* para a resposta do problema (IASBECK, 2001). Assim, pudemos elencar os elementos que mudaram, comparando-se o “antes” e o “depois” do *Jornal Nacional*, tendo como referência desse ponto de “virada” a edição do dia 27/04/2015.

Dentro dessas possibilidades de análise, escolhemos aquelas cujos elementos são mais relevantes para a resolução do problema e confirmação ou não da hipótese levantada no começo desse trabalho, de que o JN estaria usando de traços para se aproximar do público. Assim, optamos por concentrar a análise nas seguintes categorias: enquadramentos, apresentador, bancada, estúdio e ao vivo.

### 4.2.1 Enquadramentos: o movimento como indicador do tom da notícia

Nas edições prévias à mudança, vemos a predominância de enquadramentos estáticos que seguiam uma forma de padrão ou regra. Nas novas edições, os movimentos são mais presentes e, mais do que isso, não parecem seguir certa norma. Sem regras aparentes, as movimentações vão se adaptando até pararem na posição “correta” e muitas vezes a câmera nem fica totalmente parada. Há ainda uma variação no que se vê ao fundo dos apresentadores nos planos fechados com a ajuda da mudança do eixo da cabeça deles e a mudança de posicionamento - em pé/sentado - dos apresentadores. Por isso aqui vamos priorizar a análise do significado dessa movimentação de câmeras, mais do que sistematizar e nomear cada novo movimento.



FIGURA 15 - ENQUADRAMENTO DE CÂMERA USADO PARA A FALA “SÓ QUE NÃO”



FONTE: Captura de tela edição 23/06/2015

Tal momento nos faz pensar em como o enquadramento de câmera assume um efeito de sentido importante, já que o tom da fala dos apresentadores muda de acordo com a posição da câmera. Ou seja, podemos afirmar que cada câmera é usada para uma situação específica. É o caso do ângulo de câmera da figura 15. Essa situação não é isolada no *Jornal Nacional* e a repetição do uso desse ângulo de câmera para “frases de efeito” nos faz perceber que ela é utilizada para textos falados com trocadilhos ou metáforas, sem muita informação, que sempre são ditos ao final da apresentação da notícia. Podemos dizer que esse é o lugar plástico de piadas do telejornal. Como o uso desse enquadramento colabora para o discurso de piadas, o assunto então tratado assume um tom de humor.

Neste outro exemplo, dessa vez com Sandra Annenberg, ao narrar a apresentação da reportagem, percebemos que a câmera fica em plano aberto em um primeiro momento e depois assume a oposição representada na figura 16 quando ela enuncia: “o governo para barrar o processo, a oposição para ‘dá’ andamento”.

FIGURA 16 - ENQUADRAMENTO DA CÂMERA PARA “PIADAS”



FONTE: Captura de tela edição 15/10/2015

Dessa vez, o enquadramento foi utilizado para uma matéria de política também em um final de frase, mas com a diferença de que o assunto é o impeachment de uma Presidente da República e não o preço da bicicleta. Porém, o uso dessa posição de câmera enquadra a frase em um tom de brincadeira, distanciando o texto falado do discurso do “sério”. Então percebemos que o uso desse enquadramento para esse tipo de “brincadeira” é realmente proposital, em uma tentativa inclusive de despolitizar a política.

Os exemplos também nos mostram a presença de mais de uma câmera dentro do estúdio. Como as câmeras vêm de diferentes direções, é permitido ao enunciatário ver diferentes ângulos dos apresentadores e mesmo ver os apresentadores em situações diferentes das que estamos acostumados. Tais enquadramentos favorecem mais a visão do corpo dos apresentadores cuja relevância veremos nos próximos tópicos.

#### 4.2.2 Apresentador: âncora içada

A palavra “âncora” usada como sinônimo para a função de apresentador de um telejornal já traz em si um efeito de sentido. O substantivo “âncora” é aliado ao discurso de um objeto fixo, que permanece estável, que impede um movimento descontrolado. Esse ideal de estabilidade é construído desde o lançamento do telejornal, com destaque para figuras como Cid Moreira, que até hoje é lembrado pela voz e postura firmes na condução do *Jornal Nacional*.

Essa estabilidade do apresentador é então moldada por meio de marcas que constroem esse sentido. No caso do *Jornal Nacional* observamos que, especialmente nas edições antes da mudança do formato, certos comportamentos se repetem, com destaque a contenção do movimento corporal. Tendo em vista que “Todo processo comunicativo tem suas raízes em uma demarcação espacial chamada corpo” (BAITELLO, 1998), nos parece importante então compreender como partes do corpo do apresentador mudaram certos movimentos em comparação ao corpus de antes e depois da mudança de formato.

Durante a observação das edições anteriores à mudança, os apresentadores aparecem sempre sentados, com a parte inferior do corpo escondida pela bancada. Fica à mostra apenas o tronco, cabeça, braços e mãos, sendo que a cabeça só é usada para movimentos de asserção ou negação, o tronco é contido com apenas alguns movimentos à frente e as mãos tem movimentos contidos e estão sempre próximas à bancada. As mãos, antebraço e cotovelos usam a bancada como suporte para a imobilidade.

Cabe aqui especificar mais a movimentação das mãos. Percebemos que tal movimentação ficava restrita à proximidade da bancada. Ou seja, as mãos, quando retiradas do apoio do móvel, rapidamente voltavam para o apoio, como um “aceno de miss ou de princesa”. Outro uso das mãos é relacionado aos papéis que se apoiam na bancada. As mãos são utilizadas para organizá-los, ordená-los.

FIGURA 17 - APRESENTADORES MANTÉM MÃOS PRÓXIMAS À BANCADA



FONTE: Captura de tela edição 01/08/2014

É interessante notar que uma das únicas exceções à essa regra na observação do corpus antes da mudança está em uma edição de Carnaval do dia 17/02/2015, terça-feira. Bem no momento em que o texto falado de Carla Vilhena exalta um “*carnaval da liberdade*”, a apresentadora levanta as mãos abertas com dedos bem separados ao nível da altura do peito. Ela também relaxa as costas, em um movimento levemente arredondado para frente. No rosto, ela tem um sorriso aberto, em que se vêem dentes e interior da boca (FIGURA 18).

Descolar as mãos da bancada, relaxar a postura e abrir a expressão facial no texto não verbal, unidas ao texto verbal que fala em liberdade, nos faz deduzir que a contenção corporal está dentro do discurso de falta de liberdade, enquanto que a movimentação dá a ideia de libertação.

P.E.: OCUPAÇÃO DO ESPAÇO RESTRITA X OCUPAÇÃO DESCONTIDA  
 RIGIDEZ X LEVEZA  
 P.C.: REGRADO X DESREGRADO

FIGURA 18 - MÃOS SAEM DA BANCADA

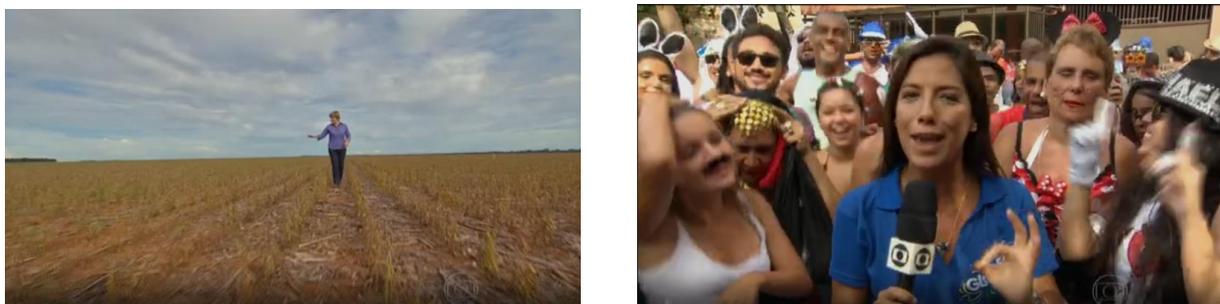


FONTE: Captura de tela edição 17/02/2015

No caso dos repórteres, a mão é uma parte do corpo usada para complementar o sentido da fala, mostrando algum aspecto específico da imagem que está sendo apresentada ao telespectador, ou como uma forma de compensação de problemas de áudio. Para o primeiro caso, um bom exemplo é a reportagem “Perdas na produção da soja no MT chegam a um milhão de toneladas” da edição 13 de fevereiro de 2016, sábado, em que as mãos da repórter são utilizadas para

mostrar o tamanho que uma plantação deveria ter naquela época do ano. A segunda situação pode ser ilustrada na cobertura do carnaval, feita na edição do dia 17 de maio de 2015, terça-feira (FIGURA 19). Na reportagem “Imaginação e irreverência dos brasileiros no carnaval tomam conta das ruas”, a repórter utiliza as mãos como forma de compensar a falta de clareza de sua fala por conta do barulho em volta. Enquanto no texto falado ouvimos “uma coisa” a repórter apresenta um dedo para a tela. Outro momento é o da imagem abaixo: enquanto anuncia a palavra “irreverência” a repórter faz um movimento com os dedos indicador e polegar juntos em movimento descendente.

FIGURA 19 - USO DAS MÃOS PELOS REPÓRTERES



Fonte: Captura de tela edições 13/02/2016 e 17/05/2015

No caso das pernas, podemos dizer que elas são um tabu nas edições antes da mudança. Desde as primeiras edições do *Jornal Nacional*, o apresentador está sentado e apenas parte do corpo aparece. No nosso corpus semiótico percebemos que mesmo nas reportagens, as pernas dos repórteres só aparecem em caso de extrema necessidade, na qual o cenário demande um plano mais aberto. No caso dos âncoras é interessante notar que mesmo em edições especiais, em que o apresentador está fora do estúdio - e portanto sem uma bancada -, o enquadramento da câmera, antes da mudança, mostra apenas a imagem do tronco, o chamado plano médio. É o caso da edição do dia dois de agosto de 2014, em que Bonner está em um estúdio especial montado para o debate dos candidatos à presidência (FIGURA 20).

Outra edição que reforça nosso argumento é a de 14/06/2014, em que Patrícia Poeta está em um estúdio atrás do estádio de concentração da seleção brasileira durante a Copa do Mundo. Na imagem vemos o mesmo recorte de enquadramento que vemos no estúdio oficial do *Jornal Nacional* (FIGURA 21).

FIGURA 20 - WILLIAM BONNER FORA DO ESTÚDIO



FONTE: Captura de tela edição 02/10/2014

FIGURA 21 - PATRÍCIA POETA FORA DO ESTÚDIO



FONTE: Captura de tela edição 14/06/2014

Mais do que nos apresentadores, a análise das edições nos fez perceber que há um certo discurso da posição sentada em local fechado. Percebemos que estão sentados e com algum tipo de cenário entrevistados com grau de qualificação ou especialistas de uma área específica, ao passo que personagens “comuns” estão sempre de pé e em lugares abertos - nas ruas por exemplo. Dessa forma,

identificamos o “estar sentado” ligado ao discurso de superioridade, grandeza, conhecimento.

FIGURA 22 - ESPECIALISTA EM SAÚDE E SECRETÁRIO DA CASA CIVIL ESTÃO SENTADOS DURANTE ENTREVISTA



FONTE: Captura de tela edições 10/12/2014 e 27/04/2015

FIGURA 23 - ENTREVISTADOS “COMUNS” RESPONDEM AOS QUESTIONAMENTOS EM PÉ.



FONTE: Captura de tela edições 23/06/2015 e 13/02/2016

No novo formato do *Jornal Nacional*, o apresentador continua guiando as notícias, anunciando ao telespectador o que ele verá em seguida, com uma voz, podemos dizer mágica, que comanda o aparecimento do que vem a seguir. A aura de “poder” que existia em torno da figura do apresentador, entretanto, parece ter começado a se transformar na edição do dia 27/04/2015. A câmera começa fechada<sup>30</sup> em William Bonner, o apresentador inicia o texto falado anunciando que há uma diferença de 9 horas entre o horário do Nepal e o horário de Brasília. Depois de contar a hora no outro país, Bonner se afasta da bancada com a ajuda do impulso que dá com as mãos contra o móvel e as rodinhas da cadeira onde está

<sup>30</sup> Usarei o termo “câmera fechada” para designar a imagem em que o apresentador aparece na posição mais próxima possível

sentado. Bonner, então, levanta segurando um papel, que supomos ser o script, e aproveita a outra mão para fazer gestos de explicação.

FIGURA 24 - WILLIAM BONNER LEVANTA DA CADEIRA E CAMINHA PELO ESTÚDIO



FONTE: Captura de tela edição 27/04/2015

A fala de Bonner é hesitante, bem diferente da leitura dos teleprompters<sup>31</sup>:  
*“A gente vai conversar ao vivo agora com a Carol Barcelos e com o Clayton Conservani. Vai ser uma conversa assim com umas pausas meio longas porque eles levam uns 5 segundos mais ou menos pra terminar de ouvir a pergunta que a gente vai fazer. Carol, Clayton, boa noite para vocês, parabéns pelo trabalho até agora. a gente tem informação que nesta última noite voltou a haver tremor de terra aí onde vocês estão. Como é que foi desta vez?”.*

Durante essa fala, ele caminha desviando da bancada e segue até o lado oposto da posição que ocupava no estúdio onde encontra uma tela maior em altura em relação à Bonner e onde se vê a imagem de dois repórteres em uma caixa azul. Os três estão no mesmo nível de olhar e as cabeças estão viradas em lados opostos, criando um simulacro de encontro, de uma conversa que se dá pessoalmente.

<sup>31</sup> Equipamentos disponíveis em estúdios de televisão para leitura de um texto. Geralmente posicionado abaixo da câmera para que o apresentador possa ler e olhar para a câmera ao mesmo tempo.t

FIGURA 25 - WILLIAM BONNER CONVERSA AO VIVO COM REPÓRTERES



FONTE: Captura de tela edição 27/04/2015

Na análise dessa cena, percebemos no texto falado certa imprecisão da informação e até redundância - como em “*uns 5 segundos mais ou menos*” - que continua no texto corporal com imprecisão nos passos e uma rápida olhada para o chão de Bonner, que parece procurar o lugar em que precisa se posicionar na aproximação com a tela. Esse olhar nos faz perceber que há uma orientação de posicionamento para o apresentador.

Eis a principal mudança do novo formato observada no corpus semiótico: o apresentador que outrora ficava preso à bancada passa a se movimentar no estúdio. É uma libertação da ideia do texto e do corpo presentes até então. É uma mudança na atuação das pernas e das mãos do apresentador, mesmo que haja uma tentativa de contenção do movimento dos membros superiores com o script que ele segura nas mãos.

Essa cena também faz despertar um personagem que até então não existia dentro do *JN*, o “apresentador-repórter”. Diferente do âncora, que apenas sistematiza o conteúdo do telejornal, escolhe e seleciona o material que é veiculado, o “apresentador-repórter” cria o conteúdo do programa ao vivo, perguntando espontaneamente ao repórter nas ruas a experiência dele com a notícia, que conta inclusive detalhes dos bastidores da produção da reportagem.

#### 4.2.3 Bancada: de mesa de jantar a mesa de apoio

Como visto nos capítulos anteriores, a bancada surgiu junto com o início do *Jornal Nacional* e que ela esteve presente desde então. É interessante notar a semelhança desse móvel com uma mesa de jantar, em que se reúnem os membros da família para a refeição. A mesa é o lugar de compartilhar informações, contar histórias do dia, trocar experiências. Não por acaso o *Jornal Nacional* se consolidou como programa a ser assistido durante o jantar.

Na observação do corpus anterior à mudança de formato, percebemos que a imagem da bancada aparecia em todos os enquadramentos, exceto aqueles em que o plano era fechado nos apresentadores. Porém, mesmo nessa situação, sabíamos que ela estava lá, pois a imagem ao fundo dos apresentadores sempre estava na mesma altura. Antes também a bancada tinha mais forte o papel de esconder as partes do corpo dos apresentadores, deixando à mostra apenas parte do tronco, cabeça e braços. Na questão espacial, ela era importante para marcar o centro do estúdio criando uma espécie de simetria. O móvel também abriga papéis, uma tela que suponhamos ser de um computador e um mouse e serve assim de referência para os apresentadores.

No entanto, o ato de andar dos apresentadores, que já colocamos, representa uma mudança de utilização do móvel, que vira mais uma mesa de apoio do que uma mesa de jantar. Ela é retirada da centralidade da imagem a partir da incorporação (literalmente) do movimento dos apresentadores. Ao invés de ser protagonista da cena, ele vira mais um ator do contexto, já que abriga todos os utensílios necessários para o exercício do papel de apresentador. Interessante destacar que o abandono da bancada aliado à mobilidade da câmera ainda proporciona enquadramentos como o da figura 26, em que Renata Vasconcellos não está atrás do móvel e em pé - um enquadramento nunca antes visto no *JN*.

FIGURA 26 - RENATA VASCONCELLOS ANUNCIA REPORTAGEM DE PÉ



FONTE: Captura de tela edição 19/08/2015

Quanto à forma plástica da bancada, podemos dizer que houve mudanças na comparação entre o “antes” e o “depois”. Antes, a bancada era menor e tinha uma luz azul forte embaixo do tampo principal com duas estruturas simétricas de acrílico. Depois, a bancada é ampliada tem um tampo de vidro que pode refletir, como um fraco espelho, os apresentadores e os itens que ela abriga. Ela é cinza clara e tem uma luz azul mais difusa ao se refletir em linhas desenhadas bem próximas uma da outra.

P.E. :	POSIÇÃO CENTRAL	X	POSIÇÃO PERIFÉRICA
	SEMPRE PRESENTE	X	ÀS VEZES PRESENTE
	ÚNICA NA IMAGEM	X	MAIS UM ELEMENTO DA IMAGEM
P.C. :	PROTAGONISTA	X	COADJUVANTE

FIGURA 27 - ANTES E DEPOIS DA BANCADA DO *JORNAL NACIONAL*

FONTE: Captura de tela edições 10/12/2014 e 15/10/2015

#### 4.2.4 Estúdio: de púlpito a palco

No novo formato do *Jornal Nacional*, vemos o desaparecimento de itens que outrora faziam parte do cenário do telejornal. Um desses elementos é o globo terrestre que ficava atrás dos apresentadores, acima da redação, e que sempre estava em movimento. Além dele, os dois símbolos do JN que ficavam suspensos logo atrás da imagem também não existem mais. Há uma mudança também na intensidade de cores, com o abandono da cor vermelha do estúdio e com a adição de mais tons pratas. Outra alteração importante está no chão. Outrora com formas

quadradas em aspecto de “azulejos”, com uma luz branca que iluminava de cima pra baixo cada quadrado, o chão agora tem uma cor mais sóbria (o cinza) e linhas circulares. Tais ajustes favorecem o uso do chão como um palco, pois criam uma unidade na imagem que implica mais liberdade nos enquadramentos em que o solo aparece.

Em meio a tantas mudanças, chama a atenção a atenuação da quantidade de iluminação na grade que separa o “lugar dos apresentadores” e o “lugar da redação”. Tendo em vista que o discurso predominante do papel da grade tem a ver com questão de segurança, separação entre um espaço “privado” e “público”, ou mesmo uma forma de divisão de espaços, configurando assuntos diferentes, parece que há uma tentativa de integrar o trabalho de quem está acima do alambrado com quem está abaixo em um discurso de unidade (FIGURA 28).

FIGURA 28 - COMPARAÇÃO DAS GRADES NO ESTÚDIO





P.E. : ELEMENTOS SUSPENSOS X SEM ELEMENTOS SUSPENSOS  
ALTO X BAIXO

P.C. : DIVINO X HUMANO

#### 4.2.5 Ao vivo: o tempo cria o espaço

Nos momentos em que há entradas ao vivo dos repórteres o símbolo da Globo mostrado sempre no canto da tela em tons transparentes passa a se colorir e a piscar três vezes, em todas as edições analisadas - mesmo que o *Jornal Nacional* seja inteiro ao vivo. É um momento de diferenciação. Ou seja, dentro do discurso do *Jornal Nacional* há um discurso de favorecimento do ao vivo, uma tentativa de chamar a atenção do receptor para aquele momento específico. É como se o “gravado” fosse inferior ao “ao vivo”.

Nesse ponto é interessante fazer uma retrospectiva histórica e perceber que antes os telejornais eram feitos sempre ao vivo e que o surgimento do *videotape* foi uma verdadeira revolução. A possibilidade de gravar e veicular imagens depois do fato ocorrido virou ferramenta útil na rotina do jornalismo. Atualmente, no entanto, há uma supervalorização do ao vivo, fruto de uma rapidez no consumo de informações. Por isso nos parece que ao usar em grande escala esse recurso o *JN* está tentando deixar suas notícias mais “novas”, usando o poder de atualização do ao vivo.

Mais do que isso, como nos mostra Fechine (2006), a simultaneidade do “ao vivo” cria um efeito de contato entre os sujeitos da enunciação que leva à produção de sentido de credibilidade do telejornal. A escolha pelo “tempo real” cria a ideia de presença do telejornal, que é fundamental para a autenticidade de um telejornal.

Inserindo destinatadores e destinatários numa temporalidade que é tanto do discurso (da TV) quanto do “mundo” (dos fatos), a transmissão faz da sua própria duração a instância de interação, na qual se instaura um tipo de “contato”, de “acesso direto”, entre os sujeitos (ou entre estes e a “realidade”). (FECHINE, 2006, p. 4)

Com a abordagem “ao vivo”, a passagem de tempo se dá de forma igualitária entre o enunciador e o enunciatário, o que permite a emissão integral da mensagem - mesmo imprevistos e problemas técnicos. Diluem-se, assim, os espaços entre espectador e programa, reforçando a ideia de “aqui e agora”. O ao vivo cria “um efeito de maior proximidade entre o conteúdo enunciado e o próprio ato

de enunciação por meio do qual se diminui a distância entre o fato jornalístico e sua divulgação pelo telejornal” (FECHINE, 2006).

A ideia da autora é confirmada com Arlindo Machado (2005). Para ele, o “ao vivo” é uma transmissão direta, cuja mensagem é passada quase que instantaneamente para o telespectador através do recurso tecnológico dos satélites de televisão. Mesmo que haja certo atraso, o tempo em que o ato enunciativo acontece na TV é o mesmo de quem o assiste. Isso dá ao telespectador a sensação de que está acompanhando um evento, mesmo que muito distante, em tempo real.

No corpus anterior à mudança, vemos uma aplicação mais restrita do recurso do ao vivo. Quando isso acontece, aparece uma tela com linhas azuis com mesma grossura, em tons azuis em *degradée* que se direcionam para o interior da imagem. Para anunciar o “ao vivo”, Bonner se inclina para esquerda e Vasconcelos continua olhando para câmera até dizer boa noite à repórter. Um retângulo maior com a imagem dos apresentadores tem intersecção com um quadrado menor, em que a repórter aparece. Os dois apresentadores viram a cabeça para a esquerda do vídeo como se estivessem assistindo à repórter.

FIGURA 29 - EXEMPLO DE “AO VIVO” NO CORPUS ANTES DA MUDANÇA



FONTE: Captura de tela edição 10/12/2014

No novo formato, as entradas ao vivo são mais recorrentes e têm mais tempo de duração. Mesmo que não exista nenhuma imagem a ser mostrada “ao vivo” ou que a notícia pudesse ser gravada. Além disso, os apresentadores levantam

da cadeira e vão até uma tela onde está projetada a imagem do repórter. Há então um esforço do apresentador em sair da zona de conforto da cena até a localização do repórter, ajudando assim no transporte figurativo do receptor. Após caminhar, o apresentador se posiciona em frente à tela à uma distância impessoal. Os olhos do apresentador e repórter tendem a ficar na mesma altura, numa tentativa de deixá-los em uma relação de conversa igual. Há situações em que a tela que ocupa o repórter fica cheia, enquanto outras usam um quadrado. Seja como for, nos dois casos há a tentativa de estabelecer contato visual e corporal entre apresentador e repórter, incluindo também o telespectador nessa relação. É a única parte do telejornal em que os olhos dos apresentadores não estão em contato com o enunciatário: o repórter ganha o “benefício” de ser olhado pelo apresentador.

Um exemplo dessa dinâmica se dá na edição 27/04/2015, em uma entrada ao vivo do repórter Márcio Gomes, que estava em Tóquio, no Japão.

FIGURA 30 - ENTRADA AO VIVO DE TÓKIO, JAPÃO



FONTE: Captura de tela edição 27/04/2015

Na imagem vemos Renata Vasconcelos e Márcio Gomes inclinados para lados opostos que simulam uma situação frente a frente. Vasconcelos está de costas para a câmera e sua atenção está no repórter. Ela segura papéis nas mãos que olha com alguma frequência. Há um segundo plano com um edifício cuja arquitetura figurativiza o Japão. Na imagem, os dois parecem ter o mesmo tamanho

e estarem no mesmo lugar, visto que não aparecem partes do estúdio do JN. Na construção da imagem, fica a impressão de que Vasconcellos está dentro do cenário do repórter.

Um ponto interessante é que com as perguntas da apresentadora, o repórter faz a reconstituição das suas experiências pessoais. Para exemplificar como é feito o preparo para terremotos no Japão, por exemplo, o repórter mostra um kit de segurança e afirma: “*eu tenho na minha casa*”.

Ao longo do JN percebemos esse tom de conversa entre repórter e apresentador e a intenção de mostrar os bastidores da construção do telejornal e/ou da vida do repórter. Como em outra entrada ao vivo feita nessa mesma edição, em que Bonner revela que “(...) o *Jornal Nacional* sempre recebe pautas sobre esse assunto (...)”. Em outro ângulo, também é interessante destacar que no texto falado de apresentador e repórter sempre presente detalhes da localização e/ou horário da sua localização. Há situações em que o repórter explica ao enunciatário “porquê está” e “onde está”. Com isso, cria-se uma narrativa de transportação de um lugar a outro, como nos contos infantis “era uma vez, em um reino distante...”.

A informação de localização e o horário cria assim um simulacro de lugar para que o enunciatário acredite que o “repórter está onde diz que está”. Mais do que isso, o cenário deve reforçar essa localização. Ou seja, a verdade dentro do telejornal, especialmente dentro do ao vivo, é construída por imagem e som em conjunção.

#### 4.3 O QUADRO DA PREVISÃO DO TEMPO: HORA DA DESCOMPRESSÃO

Nas edições anteriores à mudança, a apresentação da previsão do tempo era feita predominantemente por Michelle Loreto. Percebe-se que o bloco é gravado e passa por uma edição à posteriori do material, o que fica evidente na inserção dos “mapas 3D” - marca de uma pós-produção. A “previsão do tempo” se constituía como um bloco isolado e era introduzido por uma vinheta e era feito em um cenário distinto do principal do *Jornal Nacional*.

No cenário, havia a presença de uma janela que deixava transparecer prédios, carros e luzes que figurativizam uma cidade urbana vista do alto. Dentro da cena, as imagens em 3D dos mapas que surgem de uma fenda no chão ou da mesa trazem tema da tecnologia, que aparece também na escolha da trilha sonora. Os

mapas têm tons de azul e o chão tem um tom prateado que reflete levemente os mapas. Na apresentação do bloco, Loreto caminha pelo estúdio em movimentos de ida e volta que acompanham a velocidade do aparecimento das imagens das ilustrações.

FIGURA 31 - CENÁRIO DO BLOCO DA PREVISÃO DO TEMPO “ANTES”



FONTE: Captura de tela edição 17/02/2015

O texto verbal usa uma linguagem que evita “jargões” e usa objetividade na enunciação, como o exemplo da edição de 17/02/2015. “*Em Santa Catarina e no Paraná o sol até aparece um pouco, mas deve chover à tarde. No nordeste a chuva se espalha e vem com mais força no Maranhão*”. A narração é baixa e calma e dá espaço para a trilha sonora. A expressão corporal é mais evidente no rosto, que se move em conformidade com o texto falado. Como no exemplo da Figura 32, a expressão da apresentadora muda quando ela fala em gêdea: “*Geou hoje cedo no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina*” (MICHELE LORETO, edição 02/10/2014).

FIGURA 32 - EXPRESSÃO FACIAL DE MICHELLE LORETO AO CONTAR QUE “GEOU”



FONTE: Captura de tela edição 02/10/2014

Na edição 27/04/2015, que estreia o novo formato, Renata Vasconcellos anuncia: *“Agora a gente vai ver a previsão do tempo e de um jeito diferente. Porque a partir de hoje quem vai tratar da previsão do tempo é a Maria Júlia Coutinho que vai falar ao vivo; vai conversar todos os dias aqui com a gente no Jornal Nacional. Boa noite, Maria Julia. A gente primeiro quer saber....”*. Ela sorri, solta as mãos, levanta da cadeira e vai na direção de uma tela em que está a figura de Maria Julia Coutinho em tela cheia, adaptando o tamanho dela ao tamanho de Renata.

A adaptação do tamanho nos dá a impressão de que as duas estão frente a frente, em uma conversa de duas amigas que se encontram de repente na rua. Coutinho não usa um microfone com a marca da Rede Globo, diferente dos outros personagens que aparecem na mesma tela. A apresentadora também não aparece mais à frente de uma janela que mostra a cidade do alto, mas sim um estúdio que parece ser uma continuidade do estúdio principal do *JN*. Ou seja, sem essa marca, Maria Júlia Coutinho se iguala à função de apresentador do telejornal (FIGURA 33).

FIGURA 33 - NOVO QUADRO DA PREVISÃO DO TEMPO



FONTE: Captura de tela edição 29/04/2015

Mesmo assim, verificamos pela análise que ela não está ao mesmo nível de “âncora”, pois já é tratada em tom de familiaridade desde a introdução do quadro em que Vasconcellos anuncia que ela irá “conversar todos os dias aqui com a gente no Jornal Nacional” - “conversar” é diferente de “informar”. Outro ponto que a diferencia dos apresentadores é a ficha que ela segura nas mãos que nos leva a pensar na apresentação de programas de entretenimento.

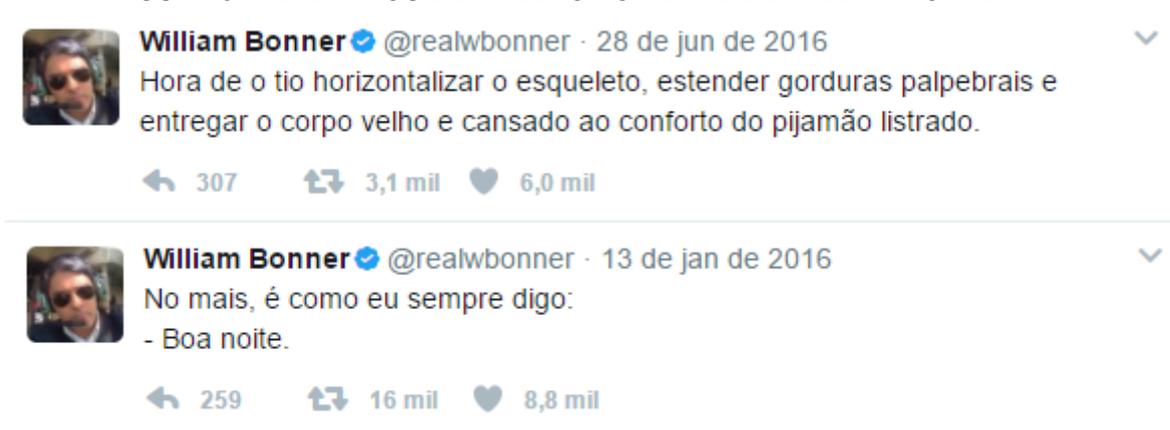
Na linguagem, percebemos uma grande diferença da previsão de tempo anterior com a forte presença de metáforas ditas por Maria Júlia Coutinho: “rolar muita água”, “não deve arredar pé”, “aguacero todo”, “fazer um passeio”, “cara outonal” e na própria fala dos apresentadores “gostinho do outono”.

Ainda na linguagem, percebemos que há uma tentativa recorrente de se fazer piadas dentro desse quadro. Um exemplo está na edição de 23/06/2015, em que Bonner tenta criar um humor, dizendo que o inverno no Rio de Janeiro “cai em um dia” - referindo-se ao fato de que não há um período de frio muito longo na cidade. Percebemos, porém, que a piada falha: nem Maria Julia Coutinho ri. O nível dessa piada nos faz lembrar o perfil no Twitter de William Bonner<sup>32</sup>, em que ele se autointitula “tio Bonner” e faz brincadeiras com o mesmo nível de graça que

<sup>32</sup> Disponível em <https://twitter.com/realwbonner?lang=pt>.

encontramos nesse quadro. É como se ele tivesse incorporado o perfil do Twitter, que faz “sucesso” à apresentação do telejornal.

FIGURA 34 - EXEMPLOS DE TWEETS DO PERFIL DE WILLIAM BONNER



FONTE: Captura de tela do Twitter (25/05/2017)

Essa falta de certeza da recepção de uma piada é fruto da veiculação ao vivo desse quadro: “[...] a operação em tempo presente pode, esporadicamente, fazer acontecer alguns momentos de verdade com uma intensidade inatingível em qualquer outro meio de comunicação [...]” (MACHADO, 2005, p.138). A tentativa de fazer uma previsão do tempo mais “espontânea” foi identificada na análise, porém com uma ressalva: trata-se de uma espontaneidade programada. Durante o quadro que inaugurou o formato, Bonner resolve “*entrar na conversa*” e tirar uma dúvida, mas incrivelmente Maria Julia Coutinho já tem a resposta certa para pergunta e ainda apresenta uma simulação em vídeo para explicar fenômeno em questão.

Essa parte do telejornal virou um relaxamento, uma leveza, uma brincadeira dentro do programa e não há a preocupação de separá-la com uma vinheta, como era feito antes. Na edição do dia 23/06/2015, Bonner levanta e coloca as mãos nos bolsos, em um gesto de tranquilidade, e ainda olha para Renata que ao fundo sorri com as mãos descoladas da bancada e joga a cabeça para trás, arrumando os cabelos. Quando chega perto da tela, o apresentador questiona: “*então, Maju?*”.

FIGURA 35 - BONNER CAMINHA COM A MÃO NO BOLSO



FONTE: Captura de tela edição 23/06/2015

Colabora para esse discurso familiar o uso do apelido “Maju” para se referir a apresentadora. É interessante notar uma diferença: para apresentá-la público, eles se referem a “Maria Julia Coutinho”, para falar direto com ela quase sempre dizem “Maju”. O uso desse apelido feito pelos próprios apresentadores, e não apenas pelo público, é inédito no Jornal Nacional, que sempre chamou repórteres e apresentadores por nome e sobrenome. Dado que o próprio dicionário classifica o apelido como coloquial<sup>33</sup>, temos uma relação de intimidade entre apresentador do estúdio e apresentadora da previsão do tempo.

A resposta rápida de Maju aos questionamentos, o apelido infantil, a postura corporal em pé e a atitude de mostrar imagens em um quadro ao lado dela somados à explicação didática e simpática que ela fornece nos leva a aproximação do discurso dela com a figurativização de uma professora. Isso se reforça em uma resposta afirmativa que ela dá a Bonner, típica de professores: “Boa, isso mesmo!”.

Isso nos faz concluir que essa relação de afeto construída pelo público com ela é possível pelo discurso predominante da profissão de professora, por ser uma figura querida pela maioria da população. Assim, temos que dentro do *Jornal Nacional*, Maju ocupa menos a posição de jornalista e mais a posição de professora.

<sup>33</sup> Dicionário Michaelis da língua portuguesa

FIGURA 36 - MARIA JÚLIA COUTINHO COMO PROFESSORA



FONTE: Captura de tela edição 15/10/2015

Outro ponto a ser acrescentado é que o código de roupas que Maria Júlia Coutinho usa durante a apresentação da previsão do tempo é bem diferente do que vestiam as apresentadoras do bloco antes da mudança e do que vestem as repórteres e apresentadores. Além disso, dentro do nosso corpus, há apenas um apresentador negro no telejornal, Heraldo Pereira, e uma única repórter, Zuleide Silva. Visto que há uma regra de vestimentas e Coutinho a excede e que uma pessoa negra raramente é vista no telejornal, podemos dizer que ela está a parte do discurso imagético do telejornal.

Em resumo, ela tem uma imagem diferente do resto do telejornal, está em um lugar separado, cujo acesso depende da caminhada dos apresentadores, e é tratada de maneira diferente. Por isso, é permitido a ela ter um texto falado que abusa de metáforas, piadas e jargões. Ou seja, só é permitida a atuação de Coutinho porque fica bem clara a diferença dela do resto do *Jornal Nacional*, em um distanciamento da apresentadora em relação ao todo do telejornal.

#### 4.4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com base nos resultados análise, podemos dizer que houve mudanças mais na forma de apresentação das reportagens no estúdio e menos na linguagem e estrutura das reportagens em si. As mudanças que identificamos no corpus dizem

respeito especialmente ao ator apresentador e ao cenário estúdio. Ou seja, concluímos que o *Jornal Nacional* mudou de formato na condução das notícias, mas o formato das reportagens foi praticamente intocado.

Observamos que no corpus semiótico das edições antes da mudança, havia no estúdio e nos apresentadores certa simetria, proporção, um equilíbrio sem interrupções. Algo que nos faz associar a apresentação anterior do *JN* ao discurso do belo clássico nas artes plásticas: formas definidas, proporções fixas e regradas. Colabora para essa construção o apresentador inserido no discurso divino, perfeito, imóvel.

Consultando os dicionários Michaelis da língua portuguesa e o Larrouse da língua francesa, vemos como sinônimos dessas expressões a palavra formal. O formal é o “que obedece a certas convenções ou normas”, “que é formulado com precisão”<sup>34</sup>, excluindo toda incertitude”. No antigo *JN*, então, temos um telejornal estático, que usa o belo e o formal como estratégia para atrair o enunciatário. Esses são construídos com a aura divina dos apresentadores e perfeição da apresentação do programa: tudo é organizado para que não haja nenhum erro.

Por outro lado, vemos um novo formato mais permissivo, com menos regras, com espaço para o não organizado, o não previsto, o não preparado (entradas ao vivo, piadas, caminhadas, etc). Dado que o dicionário nos aponta o informal como “uma reunião sem regras fixas sem ordem precisa, mas que se ordena de forma espontânea”<sup>35</sup> e ainda como um discurso “que rejeita regras definidas; que não é forma, que não observa regras e formalidade”, temos visto sinais que nos indicam a aproximação da apresentação do telejornal ao discurso do informal.

Começando pela expressão corporal, um exemplo é o uso das mãos. Vimos que as mãos eram usadas apenas para *soft news*, como o carnaval, por exemplo. No novo formato, porém, esse movimento não depende do assunto da reportagem e o observamos com mais intensidade e frequência no *JN*. As pernas, que sempre eram escondidas em um sinal de “respeito”, passam a aparecer em enquadramentos de câmera e no momento em que eles andam pelo estúdio. O próprio estúdio ganha amplitude, com mais importância com o que se passa atrás dos apresentadores e

---

<sup>34</sup> Qui est formulé avec précision, excluant toute incertitude, toute ambiguïté (LAROUSSE,2017)

<sup>35</sup> Se dit d'une réunion sans règles fixes ni ordre du jour précis, mais qui s'ordonne d'une manière spontanée (LAROUSSE,2017)

com a imagem do chão que se transforma em palco, já que é usada como um lugar de performance dos apresentadores (o caminhar).

Importante também o papel da bancada nessa mudança. Como vimos ao decorrer da análise e mesmo no histórico de mudanças do *JN*, a bancada é um sinal de formalidade junto com a posição sentada que ela exige. Assim, deixá-la no plano periférico da imagem e com menos destaque figurativiza a menor importância dela e da formalidade dentro do telejornal. É como se a bancada perdesse a função de mesa de jantar - onde as pessoas se reúnem - para assumir a função de mesa de apoio ou aparador.

Os enquadramentos ainda colaboram para informal: mesmo que haja uma tentativa de separar as reações dos apresentadores em diferentes câmeras, o uso do movimento de câmera não tem regras e não parece seguir um método específico. Certos movimentos e posições de câmera ainda criam um tom mais engraçado para as notícias, junto com os textos falados que contém piadas e trocadilhos.

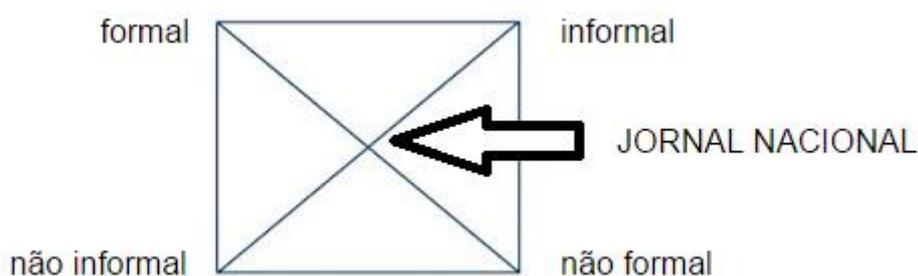
O ao vivo com mais frequência assume o papel de dar ao telejornal o “espontâneo”, o inesperado. Colabora para essa figurativização a construção do “apresentador-repórter” que faz perguntas sem lê-las, pensa no questionamento na hora, especialmente no quadro da previsão do tempo. Ao mesmo tempo, sabemos que as perguntas, a posição do apresentador em relação ao repórter e mesmo as piadas são previamente combinadas. Os apresentadores não largam do papel enquanto caminham para uma transmissão ao vivo e para se posicionar em frente à tela sempre olham para baixo, como se houvesse uma marcação, tensionando o corpo ao olhar para baixo.

Porém, permanecem marcas do antigo *JN*. A preocupação em colocar em conjunção imagem e som, que trazem o efeito de sentido de verdade, o discurso geral do telejornal, que apesar de ter sido acrescido com piadas pontuais continua na mesma linha, o padrão geral do estúdio (cor azul), o olhar sempre fixo à câmera mesmo com as mudanças de enquadramentos e por último, e não menos importante, as roupas. Notamos que o código de vestuário de repórteres e apresentadores segue um padrão específico que no senso comum é aliado ao discurso do importante, culto, formal. Figuras masculinas estão sempre com camisas ou terno e figuras femininas vestem camisas, *tailleur* e raramente vestidos ou saias (exceto a Maria Julia Coutinho).

Dentro da teoria semiótica faz parte da conclusão a construção de um quadrado semiótico para representar o nível fundamental do discurso que encontramos no novo *Jornal Nacional*.

Entendemos por **quadrado semiótico** a representação visual da articulação lógica de uma categoria semântica qualquer. A estrutura elementar da significação, quando ela é definida - em um primeiro momento - como uma relação entre ao menos dois termos, repousa somente em uma distinção de oposição [...] (GREIMAS; COURTÉS, p.29/30, 1993)<sup>36</sup>

Na construção do quadrado opomos dois termos que são contrários se a negação de um implica na afirmação do outro e vice e versa (COURTÉS, 1991). Assim, dentro do quadrado semiótico, chegamos ao seguinte desenho:



Na nossa concepção, o *Jornal Nacional* está na intersecção do movimento dos extremos do vértice do quadrado. Ele passa por todos os vértices mas não tende para nenhum lado específico. Isso porque apesar de ter se aproximado do informal, ainda tem marcas fortes do formal que inclusive o acompanham ao longo do tempo, conforme explicitamos acima. Outro argumento que reforça nossa hipótese é que o corpus mostra que mesmo quando o discurso do telejornal aponta para o espontâneo, sabemos que houve uma programação prévia do momento. Ou seja, o espontâneo (não formal) é preso a regras (não informal).

No quadro da previsão do tempo, alguns apontamentos finais também são necessários. Verificamos que o código de roupas, o discurso e a postura corporal de Maria Júlia Coutinho excedem o convencional, fazendo dela um personagem mais a frente nessa passagem do formal ao informal. Ao mesmo tempo, ela é colocada com

<sup>36</sup> “On entend par **carré sémiotique** la représentation visuelle de l’articulation logique d’une catégorie sémantique quelconque. La structure élémentaire de la signification, quand elle est définie - dans un premier temps - comme une relation entre au moins deux termes, ne repose que sur une distinction d’opposition [...]” (GREIMAS; COURTÉS, p.29/30, 1993)

“cuidado” dentro do telejornal, ela é isolada em um quadro específico do programa e é tratada pelo apelido, diferente do restante dos repórteres.

Com isso, temos que o *Jornal Nacional* usa elementos da informalidade para seduzir o público, como propôs a hipótese deste trabalho, mas dentro ainda de um discurso formal. Dessa forma, acreditamos que com o novo formato o *JN* não virou totalmente informal, mas sim incorporou marcas de informal em seu discurso. Nesse sentido, podemos afirmar que a informalidade presente no novo formato é forjada, planejada e, portanto, formal.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nosso trabalho tentou demonstrar, através da semiótica, que mais do que o formato o *Jornal Nacional* mudou seus efeitos de sentido para o público. Mesmo que as técnicas para elaboração das reportagens e do telejornal em si tenham sido pouco alteradas, a forma de condução das notícias se transformou com a aproximação delas às marcas do informal. Isso nos mostra uma preocupação do telejornalismo brasileiro com a boa aceitação do público, mais do que com a recepção da notícia. O que nos parece evidente nesta análise é que ao invés de se preocupar com o conteúdo e a forma das reportagens, há uma preocupação maior com explorar o estúdio e o apresentador e criar um espaço de descontração dentro do programa - o bloco da previsão do tempo.

Assim, parece não existir uma preocupação com o avanço na qualidade das notícias apresentadas ou na linguagem em que elas são apresentadas, mas sim em tornar mais interessante ou atrair a atenção dando um tom de novidade às notícias moduladas em uma forma “antiga”. A única diferença aparece nos blocos “ao vivo” e em isoladas reportagens em que percebemos a maior personificação do repórter e valorização das experiências vividas por ele.

Ainda nos parece grave o fato da notícia em alguns momentos ganhar um tom mais “leve” ao ser apresentada de maneira mais informal, o que pode comprometer o seu conteúdo do ponto de vista do efeito de sentido. Como no exemplo dado na análise, por conta do enquadramento dado a um anúncio de uma reportagem sobre o impeachment, a matéria assume um tom até de brincadeira, o que arrisca seu entendimento no sentido de resumir a política a um jogo ao invés de tratar com a complexidade que o assunto exige. A única tentativa de mudar todo o enunciado de uma notícia é no quadro da previsão do tempo que aproxima o discurso jornalístico ao da educação infantil.

Um ponto não tratado neste trabalho por falta de tempo hábil, mas que seria interessante ser analisado, é o papel da internet na construção do novo *Jornal Nacional*. A linguagem visual e verbal do telejornal parece estar sendo influenciada pelos conteúdos *online* e o uso mais assíduo do ao vivo também parece estar sendo uma ferramenta para competir com o “tempo real” vendido pela internet.

Outra figura que nos parece interessante para uma futura análise mais profunda é a de Maria Júlia Coutinho dentro do *Jornal Nacional*. Nos parece que a

alta personificação dessa personagem, junto com o humor e o movimento corporal que ela apresenta bem aceitos pelo público têm a ver com o fato de ela ser mulher e negra e a representação de mulheres negras dentro do discurso dos programas da Rede Globo.

No mais, esperamos ter feito um trabalho que pode servir como referência para quem pretende usar a semiótica como base teórica para a análise de materiais audiovisuais e, além disso, que tenha refletido sobre a qualidade de jornalismo que o principal telejornal do país tem entregado aos brasileiros.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Hamilton Ferreira. *O ópio do povo: o sonho e a realidade*. São Paulo: Símbolo, 1976

ANDERSON, Perry. *Passagens da Antiguidade ao Feudalismo*. Porto: Afrontamento, 1982.

BAITELLO JUNIOR, Norval. *Comunicação, Mídia e Cultura*. São Paulo em perspectiva, 12(4), 1998.

BARACHO, Maria Luiza Gonçalves. *Em preto e branco, o início da televisão em Curitiba*. Curitiba: Factum/ Travessa dos editores, 2006.

BARBOSA, Marialva Carlos, RIBEIRO, Ana Paula Goulart, SACRAMENTO, Igor, ROXO, Marco. *História da televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2010.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 3.ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2007.

BARROS, Diana Luz Pessoa. *Teoria semiótica do texto*. São Paulo: Editora Ática, 2005

BARTHES, Roland. *Rhétorique de l'image*. In: *Communications*, 4, 1964. *Recherches sémiologiques*, pg. 40-51

BÍBLIA SAGRADA. *Sagrada Bíblia Católica: Antigo e Novo Testamentos*. Tradução de José Simão. São Paulo: Sociedade Bíblica de Aparecida, 2008.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.

BUCCI, Eugênio. *Brasil em tempo de TV*. São Paulo: Boitempo, 1996.

CÁDIMA, Francisco RUI. *O fenômeno televisivo*. Lisboa: Circuito de Leitores, 1995.

CHILDE, Vere Gordon. *A Evolução Cultural do Homem*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

COURTÉS, Joseph. *Analyse sémiotique du discours : de l'énoncé à l'énonciation*. Paris: Hachette, 1991.

COUTINHO, Iluska. *Dramaturgia do telejornalismo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2012.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997

ELIAS, Norbert. *Sobre o tempo*. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1984.

FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. São Paulo: Edgard Blücher Ltda, 1987

FECHINE, Yvana. *Televisão e presença: uma abordagem semiótica da transmissão direta*. São Paulo: Estação das letras e cores, 2008.

\_\_. *Televisão e semiótica: uma mudança na perspectiva de análise*. Galáxia, número 1, 2001.

FLOCH, Jean-Marie. *Sémiotique, marketing et communication : sous les signes, les stratégies*. Paris: Presses Universitaires de France, 1990.

FURTADO, Rubens. *Programação I: Da Rede Tupi à Rede Manchete: uma visão histórica*, in *TV ao Vivo: Depoimentos*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988, pp. 57-69

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOLDENBERG, Mirian. *Corpo e Gênero na Cultura Brasileira*. In ROCHA, Everardo (Org.). *Cultura Brasileira: reflexões, análises e perspectivas*. Rio de Janeiro: Desiderata, 2007

GOMES, Itania Maria Mota. O Infotainment e a Cultura Televisiva. In: João Freire Filho. (Org.). *A TV em transição: Tendências de programação no Brasil e no mundo*. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2009, v. 1, p. 195-221.

GONTIJO, Teodoro. *Jornalismo na TV*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1980.

GREGORY, Jane e MILLER, Steve. *Communication, Culture and Credibility*. Cambridge: Perseus Books, 1998.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. *Sémiotique : dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris: Hachette, 1993.

GREIMAS, Algirdas Julien. *Significação*. Revista Brasileira de Semiótica, nº 4, 1984.

HERNANDES, Nilton. *Semiótica dos jornais*. Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, 2005.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Método semiótico. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.

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

LEAL, Laurindo Lalo. *A TV sob controle*. São Paulo: Summus Editorial, 2006.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

MANDAJI, Carolina Fernandes da Silva. *Regimes de sentido e de interação na era televisual. Cocórico: sincretismo, estilo e formação social*. São Paulo, 2011.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MATTOS, Sérgio. *História da Televisão Brasileira: uma visão econômica, social e política*. 2. ed. Petrópolis:Vozes, 2002

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

MIGUEL, Luis Felipe. *Política e mídia no Brasil: episódios da história recente*. Brasília: Editora Plano, 2002

MITROPOULOU, Eleni. *Sémiotique et communication en nouvelles technologies*. In: *Sémiotique et communication. état des lieux et perspectives d'un dialogue*. Presses universitaires de Franche-Comté, 2007.

PORCELLO, Flávio. *Mídia e poder: os dois lados de uma mesma moeda - A influência política da TV no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2008.

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

ROGLÁN, Manuel; EQUIZA, Pilar. *Televisión y lenguaje: aportaciones para la configuración de un nuevo lenguaje periodístico*. Barcelona: Ariel, 1996.

SCHUDSON, Michael. *The crisis in news: can you whistle a happy tune?*. In: New York: Cambridge University Press, 2016.

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

SILVERSTONE, Roger. *Television and Everyday life*. Londres: Routledge, 1994.

TOURINHO, Carlos Alberto Moreira. *Inovação no Telejornalismo: o que você vai ver a seguir*. Vitória: Espaço Livros, 2009.

WOLTON, Dominique. *Elogio ao grande público*. São Paulo: Ática, 1997.

\_\_\_\_. *Internet, e depois?*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

## OUTRAS REFERÊNCIAS: ARTIGOS, SITES E REPORTAGENS

BRUNS, Axel. *Gatekeeping, Gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo*. Brazilian Journalism Research. V.7, N.2, 2011. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/342/314>>. Acesso em: 28 março 2017.

CAPARELLI, Sérgio. *Política da radiodifusão no Brasil*, in Rádio e Cultura no Brasil, Caderno Intercom, No. 8, 1985, São Paulo: Cortez Editora, pp.15-24.

MACHADO, Arlindo. *Fim da televisão*. Revista Famecos. Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 86-97, jan./abr. 2011.

HAMBUGUER, Ester. *Ficção e realidade se confundem na tela da tevê*. Folha de São Paulo. 23 de janeiro de 1995. TV Folha.

MARCON, Paola; FINGER, Cristiane. *Os Impactos da Internet no Telejornalismo: Uma Análise Sobre a Participação do Público*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. Anais eletrônicos. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0980-1.pdf>>. Acesso em: 28 março 2017.

MATTOS, Sérgio. *Um Perfil da TV Brasileira: 40 anos de história - 1950/1990*. Salvador: Associação Brasileira de Agências de Propaganda/ Capítulo Bahia: A TARDE, 1990.

MEMÓRIA GLOBO ONLINE. Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional.htm>. Acesso em 22/05/2016.

MORETZSOHN, Sylvia. *O suicídio do Jornalismo*. Observatório de imprensa. Disponível em: <[observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o-suicidio-do-jornalismo/](http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o-suicidio-do-jornalismo/)>. Acesso em: 27 março 2017.

OLIVEIRA, Jair de. *É sério?! O humor no jornalismo*. In: Delta, 32.3, 2016.

PESQUISA Brasileira de Mídia 2014:hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <[www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf](http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf)>. Acesso em: 29 maio 2016.

PESQUISA brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2015. Disponível em: <[www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf](http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf)>. Acesso em: 29 maio 2016.

PROBA, Fabiane. *Entre mapas e moças do tempo: a meteorologia no Jornal Nacional e no Rural Notícias*. Revista Contemporânea, Rio de Janeiro, volume 8, edição 15, 2010.

PROBA, Fabiane. *Moças do tempo: O corpo no telejornalismo*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. Anais.

RAMOS, Roberto & ZAMBERMAN, Liège. *Mídia e previsão do tempo: uma questão de interpretação*. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 13, p. 1-11, 2005.

SANTOS, Pablo Victor Fontes; LUZ, Cristina Regos Monteiro. *História da televisão do Analógico ao Digital*. In: Inovcom, vol. 4, nº 1, 2013. Disponível em: <<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/inovcom/article/viewFile/1599/1567>>. Acesso em: 24 maio 2016.

SILVA, Telma Domingues da. *Televisão e internet no Brasil: formulação e circulação das mensagens para o cidadão consumidor*. Campinas: Unicamp, 2011. Disponível em: <<http://www.labeurb.unicamp.br/livroEurbano/index.htm>>. Acesso em: 28 março 2017.

VARGAS, Heidy. *A bancada do Jornal Nacional já não é mais a mesma: reflexões acerca da mise-en-scène na apresentação*. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 2015.

ZUZA, Erika dos Santos e JESUS, Antônio Carlos. *No ar a meteorologia além da previsão do tempo: um breve histórico das notícias climáticas no telejornalismo e perspectivas com a TV digital no Brasil*. VII Encontro Nacional de Mídia. Fortaleza, 2009.

APÊNDICE A – LINKS PARA ACESSO ÀS EDIÇÕES DO *JORNAL NACIONAL*

14/06/2014 (sábado)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/3420307/programa/>

01/08/2014 (sexta-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/3536930/programa/>

02/10/2014 (quinta-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/3670206/progama>

10/12/2014 (quarta-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/3822975/programa/>

17/02/2015 (terça-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/3973684/programa/>

27/04/2015 (segunda-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4139254/programa/>

23/06/2015 (terça-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4273310/programa/>

19/08/2015 (quarta-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4406318/programa/>

15/10/2015 (quinta-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4540940/programa/>

04/12/2015 (sexta-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4655486/programa/>

13/02/2016 (sábado)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4810806/programa/>