



Estabilidade em Fluxo: uma análise cultural do Jornal Nacional, da Rede Globo¹.

Itania Maria Mota Gomes²

Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas
Universidade Federal da Bahia, UFBA

Resumo

A partir da adoção do conceito de gênero televisivo como uma categoria de análise cultural, argumentamos que o Jornal Nacional constitui-se como ‘estabilidade em fluxo’: ou seja, representa o conjunto mais bem acabado de marcas que caracterizam um telejornal no Brasil, o que faz com que características que são do JN acabem por se confundir com elementos do *subgênero telejornal*, e configura-se como um produto da cultura e, como tal, contingente e transitório, um produto que se transforma ao longo do tempo e assume novos e diferentes sentidos em distintos momentos históricos.

Palavras-chave

Jornal Nacional, gênero televisivo, telejornalismo.

O Jornal Nacional é um programa jornalístico de televisão. Por ser jornalístico, apresenta temas comuns aos jornais impressos, aos programas jornalísticos 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 a 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. (William Bonner, 2009).

Investigando o telejornalismo no marco dos estudos culturais, vimos, ao longo dos últimos dez anos, buscando construir uma metodologia de análise que articule dois elementos aparentemente óbvios, mas fundamentais para a análise do telejornalismo, a saber, o jornalismo e a televisão, numa abordagem que implique a consideração de aspectos ao mesmo tempo históricos, sociais, ideológicos e culturais do telejornalismo. Acreditamos que é preciso compreender o programa jornalístico televisivo como uma forma cultural específica de lidar com a notícia na TV. Em outros termos, consideramos que os programas telejornalísticos são uma variação específica dentro da programação

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Itania Maria Mota Gomes (itania@ufba.br) é pesquisadora IC do CNPq e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas/UFBA. Coordena o Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo (www.telejornalismo.facom.ufba.br). A pesquisa que gerou este artigo teve várias formas apoio financeiro do CNPq, através de Bolsa de Produtividade em Pesquisa, Edital Universal, bolsas Pibic e Apoio Técnico.



televisiva, enquanto compondo, no seu conjunto, um gênero - programa jornalístico televisivo, que obedece a formatos e regras próprias do campo jornalístico em negociação com o campo televisivo. Os telejornais, programas de entrevistas, documentários televisivos, as várias formas de jornalismo temático (esportivos, rurais, musicais, econômicos) são variações dentro do gênero: podemos chamá-los subgêneros, e demandam ser abordados em categorias que impliquem considerá-los, ao mesmo tempo, como um produto de jornalismo televisivo – o que implica uma abordagem que leve em conta a linguagem televisiva e os elementos próprios do campo jornalístico – e como um produto cultural, um processo geral de permanente produção de sentido, que se dá nos processos de produção e consumo, nos processos de reconhecimento social do telejornalismo, no processo político de disputa sobre o que o telejornalismo pode ou deve ser.

O *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão, está no ar, de modo ininterrupto, há 42 anos, desde o dia 1º de setembro de 1969, e representa o conjunto mais bem acabado de marcas que caracterizam um telejornal no Brasil. Programa mais antigo em exibição na televisão brasileira, o JN é personagem importante na história política, econômica e social do país. Ele tem o tempo publicitário mais caro da TV brasileira: uma publicidade de 30 segundos veiculada no Jornal Nacional custa 367 mil reais³ e seus índices de audiência andam na casa dos 35%, índice inferior apenas ao de outras duas produções da própria TV Globo, as telenovelas do horário noturno⁴. O JN sofreu várias transformações ao longo dos anos: modernizou o cenário, inovou as vinhetas, mudou de apresentadores, polêmicas e crises de credibilidade aconteceram, mas ele permanece o modelo de referência para o telejornalismo nacional. As mudanças podem ser pequenas, de roupagem apenas, ou mais significativas, quando, por exemplo, em 1996, a mudança dos apresentadores significou também uma mudança importante em sua linha editorial. Uma pesquisa por ser feita é justamente a da análise histórica das estratégias comunicativas do JN. Aqui, vamos indicar, de modo ainda preliminar, algumas mudanças que o programa tem realizado desde o seu início até os dias atuais. Esperamos que a observação dessas mudanças nos permita compreender as estratégias de permanente atualização do JN.

³ Na telenovela das 21h, que tem mais audiência, uma inserção semelhante sai por 365 mil reais.

⁴ Segundo dados do Ibope, em <http://www.almanaqueibopecom.br>. Na semana de 27 de junho a 03 de julho de 2011, o Jornal Nacional teve média de audiência de 33 por cento. Morde e Assopra, telenovela das 19 horas, alcançou 29 por cento e Insensato Coração, 41. Mas o JN pode ter picos de audiência: no dia 2 de maio, a edição especial do telejornal, sobre a morte de Osama Bin Laden, teve 38 por cento de média de audiência, com momentos em que atingiu até 41 por cento. Neste dia, o Jornal Nacional teve um *share* e 55 por cento.



Neste artigo, consideramos o Jornal Nacional como uma atualização do gênero *programa jornalístico televisivo* e do subgênero *telejornal* e procuramos compreender como ele se construiu, no Brasil, como referência de telejornalismo. Considerando o JN em momentos distintos de sua história, esperamos mostrar que ele se constitui como ‘estabilidade em fluxo’, ou seja, representa aquilo que no Brasil esperamos que seja ou deva ser um telejornal, fazendo com que características que são do JN acabem por se confundir com marcas do *subgênero telejornal*, ao mesmo tempo em que é um produto da cultura e, como tal, contingente e transitório, um produto que se transforma ao longo do tempo e assume novos e diferentes sentidos em distintos momentos históricos brasileiros. No nosso percurso, apresentamos a concepção de gênero televisivo como uma categoria de análise cultural e, na sequência, exercitamos olhar a trajetória do JN a partir dessa perspectiva.

Gênero televisivo como categoria cultural

Ao longo da nossa trajetória de pesquisa, vimos buscando um conceito de gênero que permita quer o reconhecimento de regularidades e especificidades de formas culturais/televisivas, quer o reconhecimento de um modo distinto de configurar a relação comunicativa, dois aspectos fundamentais para configuração do que temos chamado de gênero televisivo ou midiático⁵. Buscamos um conceito de gênero que nos permita, sim, considerar aspectos textuais dos produtos televisivos, suas *formulas* (no sentido adotado por John Cawelti (1971) e Horace Newcomb (1974))⁶, que possibilite organizar o mundo televisivo em categorias socialmente reconhecíveis, mas que não se restrinja à mera classificação/categorização dos produtos. Buscamos a formulação de um conceito de gênero e de um protocolo de análise que nos possibilite ir além das análises textuais, mas sem negá-las, sem recusá-las. Ao mesmo tempo, buscamos um conceito de gênero que nos permita a consideração de elementos contextuais do processo comunicativo, mas sem restringi-las a uma análise “pretextual”, no sentido aqui daquelas abordagens mais gerais em que o programa televisivo é apenas um pretexto para análises macroeconômicas, sociológicas, para análises empíricas dos

⁵ Ver, a esse respeito, GOMES, 2007.

⁶ Numa análise mais recente das contribuições e limites do seu livro pioneiro, Newcomb lembra que o termo analítico que Cawelti aplicou no seu estudo do Western e que ele mesmo utilizou no estudo da televisão não foi o de gênero, mas o de fórmula. Gênero ainda era um termo reservado para a arte. “Em retrospectiva, ele parece de algum modo condescendente. É mecânico ou, melhor, químico, uma mistura de elementos que, se realizada corretamente, feita do mesmo jeito por qualquer um, daria no mesmo resultado... É uma receita...” (2008, p. 22). Todas as traduções de textos originais em língua estrangeira foram feitas pela autora.



processos de produção ou de recepção que muitas vezes recusam-se a olhar o produto televisivo em seu aspecto propriamente comunicacional.

Assim, no atual momento do nosso percurso de investigação sobre a televisão, construímos uma metodologia de análise de televisão que articula as relações entre comunicação, cultura, política e sociedade, através do conceito de gênero televisivo pensado como uma categoria cultural. Acreditamos que, tomado como categoria cultural, o gênero permite a construção, também, de um protocolo analítico para análise de televisão que permita uma visão global e complexa do processo comunicativo. Mas isso demanda um conceito de gênero em que este não apareça como uma entidade fixa, em que ele não seja apenas classificação ou tipologia da programação televisiva, mas que seja considerado como uma prática de produção de sentido que se realiza na “inter-relação entre uma variedade de práticas criativas, econômicas, sociais, tecnológicas, institucionais, industriais e interpretativas” (Edgerton & Rose, 2008, pg.7).

Dois autores são fundamentais para nossa proposição de construção de uma nova abordagem sobre os gêneros televisivos: Jesus Martín-Barbero, em razão de seu esforço de pensar modelos comunicativos que abarquem a totalidade do processo e por sua concepção de gênero como estratégia de comunicabilidade; e Jason Mittell que argumenta que gênero é uma categoria cultural com a qual operam a indústria televisiva, a recepção, a academia e a crítica cultural. Ambos investigam a televisão, tomam o gênero televisivo como uma categoria cultural, adotam uma abordagem fortemente historicizada e nos oferecem pistas para pensar os vínculos entre comunicação, cultura, política e sociedade. Ambos estão preocupados com o caráter contingente e transitório do gênero e com as distintas temporalidades que ele convoca⁷. Neste artigo, vamos nos concentrar na proposta de Jason Mittell e explorá-la empiricamente na análise do *Jornal Nacional*

No início deste século, Jason Mittell publica um artigo central para a discussão sobre gêneros televisivos – “A cultural approach to television genre” (2001) - e, posteriormente, um livro - *Genre and Television* (2004) - em que desenvolve uma teoria do gênero especificamente voltada para a televisão, aprofundando argumentos já

⁷ Em Gomes, 2011, argumentamos que, na obra de Jesús Martín-Barbero, o conceito de mediação se consolida na direção da concepção de mediação na obra e que o mapa das mediações vai se definindo de modo a se configurar como um modelo de análise que possibilita olhar a totalidade do processo cultural. Argumentamos também que, embora pareça hesitar entre uma concepção de gênero como categoria textual e uma concepção de gênero como estratégia de comunicabilidade, Martín-Barbero efetivamente constrói as bases para a definição de um conceito de gênero televisivo como categoria cultural e, nesse movimento, para uma abordagem analítica que tome em causa o processo de comunicação na sua vinculação com a cultura, a política e a sociedade.



construídos no artigo inicial e aplicando sua proposta à análise de vários casos da televisão estadunidense. Em suas obras, o autor argumenta que os gêneros têm adquirido importância crescente na organização das práticas televisivas.

Jason Mittell busca construir uma proposta teórico-metodológica de análise do gênero televisivo - ainda que o autor espere que seu argumento seja válido para qualquer *media* e não dependa de qualidades essenciais da televisão - e explora os gêneros midiáticos a partir de uma abordagem cultural e discursiva. Ele parte dos estudos culturais, visto como uma perspectiva que enfatiza o circuito de produção da cultura, e busca olhar o gênero, assim, a partir de múltiplos lugares. Segundo Mittell, as abordagens tradicionais sobre os gêneros, vindas dos estudos literários, não conseguem dar conta da especificidade da televisão e não conseguem explicar como programas televisivos adaptam-se a sistemas culturais e políticos historicamente específicos. Sua abordagem global do gênero televisivo examina os gêneros como agrupamentos discursivos que atravessam os textos, as indústrias, as audiências através de práticas culturais específicas. Com isso o autor pretende colocar a análise de gênero na agenda da vertente crítica da investigação em Comunicação. Sua teoria do gênero “situa as distinções e categorias de gênero como processos ativos embutidos em e constitutivos de políticas culturais, indicando como os *media* articulam-se com e configuram nossa cultura e como facetas pouco analisadas dos *media*, como os gêneros, têm importância” (Mittell, 2004, p. xii).

Mittell se afasta da concepção de gênero como um atributo textual, para pensá-lo numa perspectiva intertextual. Gêneros não se encontram num texto isolado. Acompanhando Mittell, diríamos que o Jornal Nacional não é um gênero, mas um exemplar de uma categoria mais ampla que chamamos de programas jornalísticos televisivos. Gêneros somente emergem de relações entre múltiplos textos, resultando numa categoria comum. São práticas culturais da produção, da recepção, da crítica televisiva, da academia que colocam esses textos em relação - o JN, o Aqui e Agora, o Jornal da Record, o Cidade Alerta são telejornais porque são socialmente reconhecidos como tais. “Se gênero depende da *intertextualidade*, ele não pode ser um componente inerentemente textual” (Mittell, 2001, p.6⁸). Essa ressalva não significa, entretanto, que o autor recuse considerar os componentes textuais de um determinado gênero ou

⁸ O artigo A cultural approach to television genre theory foi publicado originalmente no número 40 da revista **Cinema Journal**, em 2001, e republicado como capítulo de livro em Mittell, 2004 e em Edgerton & Rose, 2008. Aqui, fazemos as citações a partir do artigo original da **Cinema Journal**.



exemplar do gênero, evitando uma análise das suas formas expressivas e plásticas – “não podemos simplesmente substituir uma abordagem textual intrínseca do gênero por uma teoria contextual extrínseca. Precisamos olhar para além do texto como *locus* do gênero e, ao contrário, localizar o gênero dentro de complexas inter-relações entre textos, indústrias, audiências, contextos históricos” (Mittell, 2001, p. 7).

Vinculada aos estudos culturais, sua proposta busca analisar a relação texto/contexto, articulando uma abordagem discursiva com a consideração de aspectos sociais, econômicos, históricos, ideológicos dos gêneros. Mittell considerará os gêneros, então, como uma prática discursiva e apostará no conceito de formação discursiva, de Michel Foucault, como uma ferramenta teórico-analítica central para sua formulação. Mittell formula cinco princípios para uma análise cultural do gênero (Mittell, 2001, p. 16ss):

1. Gêneros devem ser compreendidos como uma prática cultural;
2. Gêneros devem ser situados em amplos sistemas de hierarquias culturais e relações de poder;
3. Histórias de gênero devem ser escritas através de genealogias discursivas;
4. A análise de gênero deve considerar os atributos específicos do meio;
5. Estudos de gênero devem negociar especificidade e generalidade.

Os princípios formulados por Jason Mittell nos parecem bastante produtivos para a construção de uma metodologia de análise de gênero que vincule os estudos culturais aos estudos sobre a linguagem e nos permitem analisar o que Mittell chama de ‘estabilidade em fluxo’, o fato de que esses agrupamentos discursivos são contingentes e transitórios, transformando-se ao longo do tempo e assumindo novos sentidos em diferentes contextos. O gênero televisivo, no entanto, é algo da ordem da virtualidade, ou seja, não podemos encontrar por aí um exemplar puro de um gênero. Como virtualidade, entretanto, o gênero encontra sua realização em programas específicos e, no sentido que temos adotado em nossa metodologia, no modo de endereçamento que cada programa constrói na relação com os receptores. O modo de endereçamento, por sua vez, enquanto realização do gênero televisivo, contribui para construí-lo. A adoção do conceito de gênero televisivo deve possibilitar ao analista o reconhecimento da existência de relações sociais e históricas entre determinadas formas culturais – no nosso caso, os programas jornalísticos televisivos - e as sociedades e períodos nos quais essas formas são praticadas. Ele permite compreender as regularidades e as especificidades em produtos que se configuram historicamente. Modo de endereçamento, na medida em que diz do modo como um determinado programa se



relaciona com sua audiência a partir da construção de um *estilo*, deverá permitir ao analista compreender como essas questões são *atualizadas* em um produto específico, objeto da análise. A tarefa do analista, nesse sentido, não é buscar na programação televisiva os exemplos de gênero, nem construir classificações e tipificações, de resto pouco úteis diante da diversificação de formatos dos programas jornalísticos televisivos, mas é a de compreender como especificidades e regularidades configuradas pelo gênero televisivo permitem o reconhecimento da existência de relações sociais e históricas entre determinadas formas culturais – no nosso caso, os programas jornalísticos televisivos - e as sociedades e períodos nos quais essas formas são praticadas.

Regularidades e transitoriedades no Jornal Nacional

O Jornal Nacional nasce como resultado da articulação entre os interesses da elite brasileira e do governo militar e os ideais de modernização e de integração nacional, articulação que implicará no desenvolvimento, por parte da TV Globo, de uma estratégia que significou submeter-se à Ideologia da Segurança Nacional e à censura ao mesmo tempo em que se transformava na principal emissora de televisão no Brasil⁹. O Jornal Nacional inaugura também o sistema de transmissão em rede, por microondas, no Brasil e foi transmitido, simultaneamente, ao vivo, para seis capitais brasileiras: Rio de Janeiro, São Paulo, Belo horizonte, Curitiba, Porto Alegre e Brasília, atingindo 56 milhões de brasileiros. Era o maior sistema de transmissão em rede da América do Sul (Veja, 1969, 68). Em sua primeira edição, o Jornal Nacional anuncia aquela que seria a sua marca mais forte.

Segundo o site Memória Globo¹⁰:

“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”, foi assim que o apresentador Hilton Gomes abriu, às 19h45, a primeira edição do *Jornal Nacional*. Em seguida, a voz de Cid Moreira anunciou: “Dentro de instantes, para vocês, a grande escalada nacional de notícias”.... Cid Moreira se despediu, anunciando para breve a integração do circuito de Brasília e Belo Horizonte ao *Jornal Nacional*: “é o Brasil ao vivo aí, na sua casa”.

Até certo ponto, podemos dizer, então, que o Jornal Nacional é produto da articulação entre os interesses da elite política e econômica e os interesses políticos e econômicos dos militares. Essa articulação se mostra mais evidente nos anos 60 e 70,

⁹ Retomamos, nesta parte do artigo, exercícios de análise que vimos desenvolvendo, ao longo dos últimos anos, sobre o JN, no Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo. Ver Gomes et alii, 2005; Gomes, 2009 e Gomes, 2010.

¹⁰ Do site do programa: <http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/0..GEN971-10405.00.html>. Hilton Gomes apresentou o programa até 1972 e Cid Moreira permaneceu na função por 27 anos, até 1996.



que é também o período de consolidação de um mercado cultural no Brasil e da própria televisão. O ideal de integração nacional estava na origem do novo programa e se tornou possível com a tecnologia de transmissão em rede. Fazer com que “56 milhões de brasileiros tenham mais coisas em comum. Além de um simples idioma”, como dizia o anúncio¹¹ do novo programa nas principais publicações impressas do país, era ao mesmo tempo uma estratégia política e econômica: para Walter Clark Bueno, diretor geral da Globo na época, a transmissão em rede era a solução para a permanente crise vivida pela televisão brasileira (cf. Borgerth, 2003, 39-53).

A infra-estrutura necessária ao desenvolvimento da TV é resultado, então, de um investimento do Estado que, guiado pela ideologia de Segurança Nacional e pelos esforços de integração nacional promove uma revolução tecnológica no sistema de telecomunicações. O investimento em telecomunicações e o interesse na integração nacional põem lado a lado os militares e os empresários, ainda que, como diz Renato Ortiz, “enquanto os militares propõem a unificação política das consciências, os empresários sublinham o lado da integração do mercado. O discurso dos grandes empreendedores da comunicação associa sempre a integração nacional ao desenvolvimento do mercado” (1989, 118). Assim, a própria noção de uma identidade cultural brasileira vai se redefinir e será reinterpretada em termos mercadológicos: é nacional aquilo que está integrado ao mercado de consumo – inclusive, e sobretudo, mercado de consumo de bens simbólicos. Nesses termos, e a partir da articulação entre interesses políticos e interesses econômicos, cultura nacional será identificada à cultura popular de massa.

Essa articulação de interesses criará uma dinâmica em que os empresários se submetem politicamente ao governo militar, enquanto que procuram consolidar sua independência econômica. Assim, no caso da TV Globo, a estratégia adotada foi a de se submeter à Ideologia da Segurança Nacional e à censura ao mesmo tempo em que se transformava na principal emissora de televisão no Brasil. Para que essa estratégia tivesse sucesso, era preciso estabelecer um pacto com os militares, através do qual a TV controlava a produção de conteúdos de seus programas em troca do apoio do governo para a construção da infra-estrutura necessária para a consolidação da indústria televisiva e apoio político para aprovação da legislação de seu interesse. Em relação ao Jornal Nacional, a estratégia adotada foi enfatizar a qualidade técnica da produção e

¹¹ Ver em VEJA, 1969, a reprodução do anúncio.



circulação em detrimento do conteúdo propriamente jornalístico. Em razão das restrições da censura, mas também em razão de uma concepção da função da televisão no Brasil, o *Jornal Nacional* optou por desenvolver-se e consolidar-se através de uma estratégia na qual qualidade e confiabilidade eram resultado do investimento tecnológico da emissora. Esse foi o modo como a TV Globo e seu jornalismo se desenvolveram – à ausência de liberdade de informação contrapôs-se o chamado padrão Globo de qualidade.

Muitos estudiosos da televisão têm rapidamente interpretado o “padrão Globo de qualidade” como ênfase na qualidade estética dos produtos televisivos da emissora. Mas isso é dizer muito pouco sobre uma estratégia ao mesmo tempo política e econômica. O padrão Globo de qualidade traduz-se, claro, pela qualidade estética de seus produtos, mas ele reúne elementos da ordem dos investimentos tecnológicos, da profissionalização do sistema de produção televisivo e do sistema de comercialização e implicou largamente a independência da TV das agências de publicidade e dos anunciantes. Nos anos iniciais do *Jornal Nacional*, o padrão Globo de qualidade se traduziu por uma ênfase na qualidade técnica da produção em detrimento do conteúdo jornalístico, em razão dos limites impostos pela censura. Ainda que o governo do general Ernesto Geisel (1974-1979) tenha iniciado o período de distensão e de liberalização política da ditadura militar, só a partir do governo do general João Batista Figueiredo (1979-1985), é que o Departamento de Jornalismo não recebeu mais nenhuma ordem de censura. Segundo Armando Nogueira, no entanto, a censura permaneceu em forma de autocensura, praticada pelos próprios profissionais da TV (cf. Carvalho, 1979-1980). Assim, qualidade e confiabilidade eram, no programa, o resultado do investimento da emissora na contratação dos melhores profissionais, na melhor tecnologia disponível e na transmissão em rede nacional, configuradora de uma identidade nacional brasileira.

No site Memória Globo, é possível encontrar uma descrição de como era o *Jornal Nacional* em seus primeiros tempos:

O Jornal Nacional, no início, tinha apenas 15 minutos de duração e era transmitido de segunda-feira a sábado. As edições eram divididas em três partes: local, nacional e internacional. Para se diferenciar do modelo consagrado pelo *Repórter Esso*, que sempre terminava com a notícia mais impactante do dia, o *JN* concluía o seu noticiário com informações leves, de conteúdo lírico ou pitoresco. Essa matéria de encerramento era conhecida como “boa noite”, pois antecedia ao cumprimento de despedida dos locutores. A principal diferença entre o *Jornal Nacional* e o *Repórter Esso* era, entretanto, conceitual. O telejornal da Globo apresentava matérias testemunhais, com a fala dos



entrevistados. O *Repórter Esso*, por sua vez, não tinha som direto. As imagens eram apenas cobertas com áudio do locutor.¹²

Em sua história, a Rede Globo se construiu como exemplo de sofisticação e atualização tecnológica a serviço do jornalismo e o Jornal Nacional, como seu principal produto, ocupa posição de destaque em relação à utilização de toda a variedade de recursos e inovações técnicas. Por isso o JN inclui, em praticamente todas as suas edições, entradas ao vivo de capitais brasileiras e de outros países. Desde seu momento inicial, a notícia “imparcial”, *in loco* e ao vivo é marca privilegiada do JN. Uma das formas mais visíveis da construção da credibilidade no JN é através da elaboração, retórica, dos “dois lados da notícia”. O JN procura mostrar, nas matérias e reportagens, o lado de quem exerce a ação e de quem a sofre. Isso se faz pelo recurso à valorização da sua cobertura jornalística, que mostra ao telespectador a fonte das notícias e dar destaque ao trabalho dos repórteres.

Um outro fator recorrente é a sustentação de toda e qualquer informação por números, dados estatísticos e porcentagens, quase sempre exibidos nos infográficos e personalizados nos exemplos de brasileiros construídos no programa. Também nesse momento evidenciamos o poderio econômico e técnico do JN como sendo o seu principal diferencial quando comparado aos outros telejornais. A sua capacidade de “estar lá” é construída a partir da exploração de correspondentes e da exploração das entradas ao vivo. Essa aposta do programa diria respeito ao modo como constrói o seu pacto sobre o jornalismo e também a sua noção de credibilidade. A transmissão em tempo real do acontecimento remete à capacidade tecnológica do programa e reforça o pacto de atualidade estabelecido com a audiência.

A não emissão explícita de opinião por parte dos apresentadores era um segundo apelo do programa em direção à construção da sua imparcialidade. Era. Isso vem mudando lentamente. Já em nas reformas de 1989, ao novo cenário e ao uso mais freqüente do *croma*key e da computação gráfica, vieram juntar-se os comentaristas – Paulo Henrique Amorim, Joelmir Beting, Lillian Witte Fibe e Alexandre Garcia passam

¹²O horário das 19h45 permanece até o fim da década de 1970, quando mudou para as 20h, nos anos 80, e para 20h10 no fim dos anos 90. A partir de 2000, o horário de início do Jornal Nacional consolidou-se às 20h15, com alterações apenas em razão do Horário Brasileiro de Verão, mas mais recentemente a Globo fez nova modificação, reprogramando o Jornal Nacional para as 20h30, numa estratégia que visa expandir o *prime time* e levar a audiência a permanecer até um pouco mais tarde em frente à televisão, numa resposta tanto à concorrência com a Record e o SBT quanto às mudanças nos hábitos e condições de vida dos brasileiros:

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/globo-cria-novo-horario-de-novelas-para-frear-concorrenca>
O Jornal Nacional já teve uma segunda edição diária, nos anos 80, num período em que o Jornal da Globo deixou de ir ao ar. Era exibida de segunda a sexta, pouco depois das 23 horas.



a participar regularmente do programa. Além disso, já se insinuava ali a busca por uma atuação mais descontraída dos jornalistas, tanto pelo recurso a uma linguagem mais coloquial quanto à gravação em cenários externo (Memória Globo, 2004, p. 188-9). Mas em 1996, a substituição de Cid Moreira e Sérgio Chapelin pelos jornalistas William Bonner e Lillian Witte Fibe, representou uma mudança ainda mais significativa em sua linha editorial e alterações na cobertura de temas políticos, econômicos e sociais, no compromisso do telejornal com uma cobertura mais plural e menos baseada em fontes governamentais (Porto, 2002). Além de apresentar o telejornal, William Bonner assumia a editoria de assuntos nacionais e Lillian Witte Fibe, a editoria de economia.

Em 2009, com a comemoração dos 40 anos do Jornal Nacional, novas mudanças importantes no telejornal:

O 'Jornal Nacional' começou a mudar na semana passada. As mudanças já apontam um "JN" com mais entradas ao vivo e menos formal. O ciclo se fechará em setembro, quando o jornal completará 40 anos e ganhará novos cenário e bancada. A principal mudança até agora está nas entradas ao vivo. Antes, os repórteres tinham 30 segundos para relatar as informações. Suas falas eram praticamente decoradas. Agora, os repórteres têm um minuto ou um minuto e meio para falar. Eles não têm mais que cumprir o tempo à risca, para que suas participações fiquem mais "faladas" e naturais. A duração do "JN", no entanto, continua rígida. Para compensar estouros, William Bonner, que também é editor-chefe, faz mudanças nos intervalos, "derrubando" notas. Na semana que vem, Bonner conduzirá um workshop com todas as afiliadas da Globo para "azeitar" as mudanças. Pelas novas regras, Bonner e Fátima Bernardes podem fazer comentários, mas sempre de caráter noticiosos. Uma das metas do jornalismo da Globo neste ano é renovar a linguagem, complementando as mudanças de conteúdo feitas nos últimos anos, com coberturas político-eleitorais mais extensas e intensas e ancoragem fora de estúdio. Em setembro, a mudança ficará mais nítida. A nova bancada terá lugar para repórteres comentarem séries especiais.¹³

Acreditamos que o melhor eixo de análise das mudanças em curso atualmente no Jornal Nacional é a ênfase na construção/reconstrução de uma maior cumplicidade com os telespectadores do programa. É certo que desde o seu início, o jornalismo da Globo se consolida e começa a ganhar audiência quando investe numa relação de maior aproximação com os problemas cotidianos da população, valorizando o jornalismo de prestação de serviço. Por exemplo, em fevereiro de 1966, a emissora interrompeu sua programação durante três dias para realizar a cobertura completa das enchentes que atingiam a cidade do Rio de Janeiro; ou a maior ênfase no jornalismo comunitário, uma das conseqüências mais evidentes do trabalho de Evandro Carlos de Andrade à frente da

¹³ Coluna Outro Canal, Folha de São Paulo, 21 de abril de 2009:
<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2104200904.html>



direção da Central Globo de Jornalismo, entre 1995 e 2001 (Memória Globo, 2004, p. 298ss).

A alteração mais evidente nesses últimos anos tem sido a da conduta dos apresentadores do Jornal Nacional, verificada quer por modificações no texto verbal quer por modificações na performance. Eles ainda permanecem sentados na bancada, com a redação ao fundo, no cenário familiar aos telespectadores do JN desde abril de 2000, e ainda não atuam como âncoras, permitindo-se comentar as notícias, mas já protagonizam uma cena de tática intimidade entre eles e, conseqüentemente, com o telespectador. Em 2004, quando realizamos um exercício de análise do JN ¹⁴, a não emissão explícita de opinião por parte dos apresentadores era uma estratégia do programa em direção à construção da sua imparcialidade - os apresentadores quase não falavam entre si e pouco se remetiam diretamente à audiência. Hoje, Fátima Bernardes e William Bonner configuram uma cena de maior proximidade e informalidade no papel de mediadores do Jornal Nacional.

O espectador tem sido constantemente inserido no discurso a partir de expressões recorrentes como “veja” e “você” ou de convocações diretas como:

Fátima: *“Se você acha que já viu tudo sobre contrabando na fronteira Brasil/Paraguai...”*

Bonner: *“Você vai se surpreender. Daqui a um minuto no Jornal Nacional”* (09.03.09)

Fátima: *“Você sabe por que é tão difícil perceber na vida real a redução de juros como a que o Banco Central anunciou ontem?”* (12.03.09).

Além do texto verbal, os enquadramentos de câmera têm sido insistentemente usados como dispositivos configuradores de uma cena comunicativa de maior proximidade entre mediadores e telespectadores. Além do enquadramento padrão do telejornal, da câmera parada na altura da bancada, recorre-se ao *travelling* que sai do *close* no mediador e se distancia de modo vagaroso até o plano americano, enquanto a cabeça do VT é proferida, movimento que desenha o percurso do olhar do telespectador que se aproxima e se afasta dos apresentadores. Ao mesmo tempo, explora-se o plano geral, que enquadra Fátima e Bonner numa mesma cena, reforçando uma situação de conversa entre os dois e entre eles e os telespectadores.

Esse pretendido efeito de proximidade também tem sido provocado pela inserção do espectador no lugar de fala da produção, através da inclusão de VTs cuja

¹⁴ Ver GOMES et al. 2005.



sugestão de pauta parte da recepção. Em tempos de interatividade e convergência tecnológica, o Jornal Nacional também reforça seu posicionamento frente às novas tecnologias na busca de elos mais fortes com a audiência. Telespectadores podem enviar, pelo portal G1, sugestões de pauta para o telejornal. Essa estratégia e o modo como o discurso é elaborado em torno da participação do telespectador demonstram o interesse do telejornal em comunicar sua inserção em novos parâmetros possibilitados pela internet e pela chegada da televisão digital ao Brasil, muito mais do que efetivamente uma abertura para outros tipos de enunciação.

Essa cumplicidade constrói-se, sobretudo, a partir da familiaridade que a audiência já tem com o programa, tanto em razão dos 42 anos ininterruptos de transmissão diária, quanto pela ratificação cotidiana das marcas que caracterizam o JN – vinhetas, apresentadores, modo de organização temática, estratégias narrativas de humanização do relato sofreram mudanças, mas elas não são nunca nem muito abruptas nem muito drásticas.

O JN não é, definitivamente, o local de experimentação da Rede Globo. 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 autolegitimação do seu lugar social.

Esperamos ter mostrado como, ao longo de sua história, o Jornal Nacional se faz em plena articulação com o contexto brasileiro e mostra-se, ao mesmo tempo, como um processo ativo e como uma formação estável. Se olharmos o JN em dois cortes abruptos, o JN dos anos iniciais¹⁵ e o de hoje, teremos muita dificuldade em dizer que se trata do mesmo programa. Ainda mais, teremos enorme dificuldade em avaliar as

¹⁵ Recomendamos uma visita ao Youtube, em especial aos links:
http://www.youtube.com/watch?v=C_wXTYS7p9w&feature=related ;
http://www.youtube.com/watch?v=gjqfxlkyu_I&feature=related e
<http://www.youtube.com/watch?v=rOzBVRmooAw&feature=related>



premissas, valores, critérios que conformavam seu jornalismo; as estratégias e os recursos que configuram sua linguagem. Desde suas primeiras edições, o *Jornal Nacional* vem transformando suas políticas editoriais, seu visual, sua linguagem, seus conteúdos, sua maneira de se relacionar com os telespectadores de modo a responder às transformações da sociedade brasileira, a se adequar a novas configurações do mercado televisivo e midiático, a permanecer em dia com as transformações tecnológicas. Podemos dizer que, em seus 42 anos, o *Jornal Nacional* é um excelente lugar de análise para estudarmos o modo como telejornais podem ser fluidos ao longo do tempo, ainda que razoavelmente coerentes num dado momento.

Referências bibliográficas

BONNER, William. **Jornal Nacional: Modo de fazer**, Rio de Janeiro: Memória Globo/Editora Globo, 2009.

BORGERTH, Luiz Eduardo. **Quem e como fizemos a TV Globo**, São Paulo: A Girafa Editora, 2003.

CARVALHO, Elizabeth. Telejornalismo, a década da tranquilidade in KEHL, Maria Rita; RIBEIRO, Santuza Naves, CARVALHO, Elizabeth. **Anos 70: Televisão**, Rio de Janeiro: Europa Empresa Gráfica e Editora, 1979-1980.

EDGERTON, Gary R. & ROSE, Brian. Introduction: Television genre in transition in EDGERTON, Gary R. & ROSE, Brian (Ed). **Thinking outside the box**. A contemporary television genre reader, The University Press of Kentucky, 2008, p. 1-13.

GOMES, Itania Maria Mota (Org.). **Gêneros Televisivos e Modos de Endereçamento no Telejornalismo**, Salvador: EDUFBA, 2011a.

GOMES, Itania Maria Mota et alii. “Modo de Endereçamento no Telejornalismo do Horário Nobre Brasileiro: o *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão”. Trabalho apresentado ao NP 07 – Comunicação Audiovisual, no **XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom**, Rio de Janeiro, 2005;

GOMES, Itania Maria Mota. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero in **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 111-130, jan./abr. 2011.

GOMES, Itania Maria Mota. Metodologia de Análise de Telejornalismo, in GOMES, Itania Maria Mota (Org.) **Gêneros Televisivos e Modos de Endereçamento no Telejornalismo**, Salvador: EDUFBA, 2011b, p 17 -47.

GOMES, Itania Maria Mota. O *infotainment* e a Cultura Televisiva in FREIRE FILHO, João (Org.). **A TV em Transição**. Tendências de programação no Brasil e no Mundo, Porto Alegre: Sulina, 2009.



GOMES, Itania Maria Mota. O Jornal Nacional e as estratégias de sobrevivência econômica e política da Globo no contexto da Ditadura Militar **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 17 n. 2, p. 5 – 14, maio/agosto, 2010.

GOMES, Itania Maria Mota. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise in **Revista e-compos**, edição 8, abril de 2007, (<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/126/126>).

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

MITTELL, Jason. A cultural approach to television genre in **Cinema Journal**, 40, nº3, Spring 2001, p. 01 – 24.

MITTELL, Jason. **Genre and Television**. From Cop Shows to Cartoons in American Culture, London/New York: Routledge, 2004.

NEWCOMB, Horace. Reflections on TV: *The Most Popular Art* in EDGERTON, Gary R. & ROSE, Brian (Ed). **Thinking outside the box**. A contemporary television genre reader, The University Press of Kentucky, 2008, p. 17-36.

NEWCOMB, Horace. **The Most Popular Art**, New York, Anchor Press, 1974.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira. Cultura brasileira e indústria cultural**, 2ª, São Paulo: ed. Brasiliense, 1989.

PORTO, Mauro. O Jornal Nacional antes e depois da saída de Cid Moreira in **Comunicação e Espaço Público**, Ano V, nº 1 e 2, Brasília: Faculdade de comunicação/UnB, 2002.

VEJA. O país numa rede, Revista VEJA, Edição 62, 3 de setembro de 1969, pg. 68. Disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital>