

A Construção Do Discurso No Especial 50 Anos De Jornalismo Da Globo¹

Alana Lins dos SANTOS²

Kamila FERNANDES³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

O presente artigo se propõe a analisar a construção do discurso no Especial 50 anos de jornalismo na Globo, série produzida pela Rede Globo e veiculada durante o Jornal Nacional, com episódios distribuídos em uma semana. A série, que reuniu 16 jornalistas, fez uma retrospectiva dos 50 anos de produção jornalística da emissora. A análise, baseada principalmente em estudos de Fausto Neto e Patrick Charaudeau, pretende discorrer sobre como a construção dos episódios volta-se para a própria emissora, cujo papel é reforçado e celebrado, e quais as tentativas de aproximação/domínio do telespectador.

Palavras-chave: televisão; Rede Globo; Jornal Nacional; memória; construção do discurso.

1. Introdução

Para Olga Von Simon (2000), o ritmo acelerado da sociedade ocidental e a facilidade e rapidez proporcionadas pelos meios de comunicação colocam as pessoas diante de um enorme número de informações. Essas informações são consumidas rapidamente, quase de maneira acrítica. O homem, então, passa a perder sua capacidade seletiva – “que é o poder de escolher aquilo que deve ser preservado, como lembrança importante e aqueles fatos e vivências que podem e devem ser descartados” (VON SIMON, 2000, p.01).

A história da humanidade é uma constante luta pela memória, segundo Jerusa Pires Ferreira (2003). A transformação de acontecimentos em textos e produtos midiáticos não representa apenas uma possibilidade de interpretação, mas a introdução desses eventos na memória coletiva. Por conta disso, instituições que têm o poder de influenciar a memória de

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet no X Intercom Júnior, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do 3º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará, email: alana.linss@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará, email: kamila.fernandes@gmail.com

um povo – assumindo o papel de selecionador de eventos e lembranças –, como pelos meios de comunicação, conseqüentemente, terão grande poder sobre a sociedade.

A série⁴ exibida pelo Jornal Nacional, da Rede Globo, entre os dias 20 e 25 de abril de 2015, em comemoração aos 50 anos da emissora foi projetada pelo editor chefe do telejornal, William Bonner, com produção de Adriana Caban e Felipe Castro, e relembrou alguns acontecimentos noticiados pela Rede Globo, desde a sua fundação, na presença de 16 repórteres convidados. A análise dos episódios é descritiva e analítica e se fundamenta, principalmente, nos conceitos de midiaticização, auto-referência e auto-reflexão, propostos por Fausto Neto e nos estudos de Patrick Charaudeau sobre o discurso das mídias.

2. Fundamentação teórica

Segundo Fausto Neto (2008, p. 90),

“a midiaticização resulta da evolução de processos midiáticos que se instauram nas sociedades industriais, tema eleito em reflexões analíticas de autores feitas nas últimas décadas e que chamam atenção para os modos de estruturação e funcionamento dos meios nas dinâmicas sociais e simbólicas”.

A intensificação desse processo afeta o funcionamento de todos os campos da sociedade, alterando suas estruturas, e as interações passam a ser realizadas a partir das operações midiáticas.

A partir da proposta de Fausto Neto (2007, 2008), é importante diferenciar a sociedade dos meios da sociedade da midiaticização. Na primeira, vigente ao longo da maior parte do século XX, os discursos midiáticos operam como tradutores, ou representantes, dos demais campos sociais. As operações enunciativas da mídia destacam o discurso, indicando a existência desses outros campos. A mídia é, portanto, uma mediadora. Já na sociedade da midiaticização, “as mídias perdem este lugar de auxiliaridade e passam a se constituir uma referência engendradora no modo de ser da própria sociedade, e nos processos e interação entre as instituições e os atores sociais” (FAUSTO NETO, 2008, p. 93). As tecnologias tornam-se parte indissociável das interações e redefinem as práticas sociais, de forma que a própria organização social se faça tomando como referência essa sociedade midiaticizada. Ela não é mais uma transportadora, mas uma produtora e organizadora de sentidos. Sob esse aspecto, o próprio jornalismo se transforma, tornando-se um sistema independente, com

⁴ Disponível no site especial.g1.globo.com

suas próprias regras, “cujas operações dependem largamente de sua própria competência tecno-simbólica” (FAUSTO NETO, 2007, p. 78). Ou seja, o discurso jornalístico passa a se basear em suas próprias operações, criando novas formas de contato e de estabelecer confiança e, constantemente, se auto-referenciando.

Essa auto-referencialidade é uma das estratégias para entrar em contato com os receptores (sejam leitores, ouvintes ou telespectadores). O jornalismo passa a ter um discurso sobre o seu próprio processo produtivo, ou seja, torna-se seu próprio objeto.

“Trata-se de produzir uma enunciação na qual fale de si mesma, através do que privilegia não nas representações de um mundo externo, mas suas próprias operações, nas quais se explicitam os fundamentos dos seus próprios processos interpretativos” (FAUSTO NETO, 2008, p. 98).

Outro conceito relevante para compreender as novas práticas do jornalismo no contexto da sociedade em vias de midiaticização é o de auto-reflexividade, que se refere às operações discursivas que apresentam uma reflexão sobre o próprio fazer jornalístico e seus processos de produção. “São enunciações que refletem os desafios e os efeitos de um ‘modo de dizer’, chamando atenção para as concepções do dispositivo sobre o seu trabalho, e seu processo produtivo” (FAUSTO NETO, 2008, p. 99).

Além dos conceitos acima abordados, este artigo também se baseia nos estudos de Patrick Charaudeau sobre o ato da comunicação, a partir de sua proposta de análise do discurso midiático.

“Qualquer que seja a pergunta que se faça a respeito da informação, volta-se sempre para a questão da linguagem. A linguagem não se refere somente aos sistemas de signos internos a uma língua, mas a sistemas de valores que comandam o uso desses signos em circunstância de comunicação particulares. Trata-se da linguagem enquanto ato de discurso, que aponta para a maneira pela qual se organiza a circulação da fala numa comunidade social ao produzir sentido” (CHARAUDEAU, 2006, p. 33).

Ele pontua que no processo de comunicação há os dados externos e internos. Os externos são os que “no campo de uma prática social determinada, são constituídos pelas regularidades comportamentais dos indivíduos que aí efetuam trocas e pelas constantes que caracterizam essas trocas e que permaneceram estáveis por um determinado período” (2006, p. 68). São eles a identidade dos engajados na troca; a finalidade; o propósito; e o dispositivo. Eles podem ser dados semiotizados. Já os dados internos são languageiros, e

“permitem responder a pergunta do como dizer?”. Esses dados se repartem em três espaços de comportamento: o de locução; o de relação; e o de tematização.

A construção desse discurso jornalístico visa conquistar a credibilidade dos telespectadores. Como bem pontua Nilton Hernandes (2006, p. 20), a verdade nunca será apreendida completamente, e trata-se de um efeito do discurso, que sempre é um recorte da realidade. Retomando Charaudeau, não existe uma definição universal para verdade e crença. Ambas “estão intrinsecamente ligadas no imaginário de cada grupo social” (2006, p. 48). O jornalismo busca, portanto, a verossimilhança. Charaudeau discorre sobre o efeito de verdade, que se baseia na convicção de quem fala. Está relacionado a um saber de crença que o comunicador quer informar. Ele busca, portanto, formas de persuadir seu destinatário para ter direito à palavra e para fazê-lo crer em sua mensagem.

3. Análise de dados

Para fins de didática, a análise dos vídeos do Especial 50 anos de jornalismo da Globo se iniciará no que tange aos dados externos e internos da situação comunicacional.

3.1 Dados externos

3.1.1 Identidade dos parceiros engajados na troca

Os participantes do processo de comunicação são William Bonner, como apresentador, e mais 16 repórteres. Eles falam sobre algumas de suas coberturas jornalísticas, selecionadas previamente pela equipe de produção. É importante saber que além da comunicação estabelecida no espaço de gravação, os personagens dessa troca também falam para o espectador, que não está presente no espaço de troca, mas está implícito. A identidade dos jornalistas - mostrados como competentes, experientes e engajados - é totalmente pertinente à temática tratada por eles. Além disso, alguns dos repórteres desempenham, além da função de narradores, a função de testemunhas, pois estavam presentes quando o fato noticiado ocorreu.

3.1.2 Finalidade

A finalidade do processo comunicacional pode ser entendida como o objetivo para o qual esse processo está a serviço. O objetivo pode ser organizado em visadas, e nesse caso,

estão presentes a informativa – fazer saber de determinado conteúdo -, a iniciativa – fazer crer que o que é dito é verdade -, e a visado do *páthos*⁵ – fazer sentir determinada emoção. As imagens mostradas e os depoimentos que foram ao ar são uma espécie de prova de verdade para fazer crer. A provocação da emoção dos repórteres presentes no estúdio acontece quando, por exemplo, são lembradas reportagens difíceis, de catástrofes e mortes. A junção das imagens com a emoção dos repórteres, tende a provocar, então, a emoção do espectador.

3.1.3 Propósito

O propósito trata da tematização de assuntos. Dos 7 episódios, 5 são organizados por décadas. São eles: 1965 a 1964, 1875 a 1984, 1985 a 1994, 1995 a 2004 e 2005 a 2015. Os outros dois são Boa Noite Especial e Homenagem aos apresentadores.

3.1.4 Dispositivo

Trata do ambiente, o lugar físico, onde o ato de comunicação se constrói. O cenário onde a série foi gravada é uma grande sala e os repórteres estão dispostos em círculo. Dispor as pessoas em círculo é uma maneira de tornar o ambiente mais acolhedor e informal, de forma que todos podem se ver. Essa impressão também pode ser sentida pelo espectador.

Além disso, com recurso de edição de vídeo, foram adicionados efeitos visuais que dinamizam e colorem o ambiente, para quem assiste. O cenário já pode ser considerado uma novidade no jornalismo da Globo e, mais especificamente, no Jornal Nacional, e a cor e o dinamismo dos efeitos visuais potencializaram essa novidade. Em todo momento surgem na tela palavras ou frases que foram citadas durante as falas.

3.2. Dados internos

3.2.1. Locução

⁵ O vocábulo *páthos* vem do grego *phatos*, com o significado de sentimento, de sofrimento. No que à Retórica diz respeito, deve-se pensar, sobretudo, na maneira pela qual a arte de persuadir pelo discurso sistematizou as provas ou os argumentos. Na Retórica, os afetos são designados justamente sob o termo de *páthos*. Para Aristóteles, encaixavam-se nessa rubrica emoções fortes, negativas ou positivas, tais quais a cólera, o temor, a indignação, o terror, a inveja, o ódio, a vergonha, a indignação, a piedade, a alegria, entre outros. Disponível em: < http://www.edtl.com.pt/index.php?option=com_mtree&link_id=1428:pathos-&task=viewlink >

Tem relação com o “porque o sujeito tomou a palavra”. Nos vídeos, os repórteres tomam a palavra para contar sobre as próprias experiências em suas respectivas reportagens. A tomada da palavra é justificada também pelo nível de conhecimento em relação a um certo tema abordado, por exemplo, Heraldo Pereira, que é também advogado, tem conhecimento para cobrir julgamentos; Galvão Bueno é narrador de jogos, portanto tem conhecimento para falar sobre matérias de esportes.

3.2.2. Relação

Consiste nas relações de força, aliança, poder, inclusão, etc. entre locutor e interlocutor. É possível ver relações de inclusão quando os apresentadores do Jornal Nacional e/ou Bonner se dirigem ao expectador. Além disso, a linguagem utilizada é bastante popular, com uso até mesmo de expressões como “O que diabos é isso?”. A relação de poder existe no âmbito intelectual, como citado no tópico acima, quando os jornalistas apresentam um conhecimento especial sobre determinado assunto, que os torna aptos a falar sobre ele para o expectador, que pode ser leigo naquilo que está sendo tratado.

3.2.3. Tematização

É o espaço onde são organizados os temas da troca comunicativa. Durante a conversa entre os jornalistas, os temas são introduzidos por Bonner. Ele sempre procura alternar temas tristes e temas alegres, temas complexos e temas simples. Os mais diversos assuntos são tratados, como a censura, a ditadura, as eleições, o ataque às Torres Gêmeas, a ocupação do morro do Alemão, as copas do mundo, a morte de Ayrton Senna etc. É importante não ter um olhar ingênuo sobre a escolha desses temas para serem lembrados. “Todo texto contribui tanto para a memória como para o esquecimento” (FERREIRA, 2003, p. 118). Ou seja, o esquecimento de certos temas se dá pela introdução de outros na memória coletiva. A escolha dos assuntos não é aleatória, mas muito bem pensada pelos produtores, a fim de fazer lembrar (e dizer como se deve lembrar) daquilo que é favorável para a emissora.

A seguir, serão apresentadas algumas situações de auto-referencialidade e auto-reflexividade no Especial 50 anos de jornalismo na Globo.

3.3. Auto-referencialidade

Durante a aceleração da midiáticação, a audiência da TV aberta passou a ser compartilhada, ou até mesmo a migrar, para outras telas. As emissoras começaram a ter seu poder ameaçado pela internet e também por outros canais, como os das TVs por assinatura⁶. Pode-se dizer, então, que a própria produção da série é motivada pelo processo da midiáticação. Os episódios tentam demonstrar a importância que a TV Globo teve como construtora da realidade compartilhada pelos brasileiros nos últimos 50 anos. É uma produção jornalística pensada para ser midiaticada, exibida em comemoração aos 50 anos da Rede Globo. As matérias jornalísticas mostradas são aquelas que a emissora publicizou em determinadas épocas. O foco não é o acontecimento em si, mas a forma como ele foi interpretado e as estratégias e processos de cobertura pelos repórteres da emissora. Os repórteres falam, por exemplo, o que fizeram para entrar no campo de futebol, ou no apartamento de determinada pessoa pública e sobre processos de investigação. Frases como “só a Globo mostrou”, “a Globo esteve à frente da campanha”, “a Globo conseguiu um local”, dentre outras, destacam ainda mais essa auto-referencialidade. Um discurso de “auto-celebração” é construído ao falar dos prêmios que as reportagens sobre o ataque às Torres Gêmeas e a ocupação do Morro do Alemão receberam.

Além disso, os repórteres e apresentadores são tratados, de certa forma, como celebridades. Durante a semana de exibição da série, também foram exibidas homenagens a Roberto Marinho, fundador e presidente da Rede Globo de 1925 a 2003, e a todos os apresentadores do Jornal Nacional, desde sua estreia. É importante lembrar da homenagem feita aos cinegrafistas que produziram as imagens mostradas durante a série. Desde a celebração dos jornalistas já conhecidos pelo público até a homenagem feita aos que ficam por trás das câmeras, o Especial 50 anos de Jornalismo é um produto completamente auto-referencial.

3.4. Auto-reflexividade

Em alguns momentos, os jornalistas refletem sobre o fazer jornalístico. Sandra Passarinho fala, em determinado momento, que teria uma postura diferente e escolheria outras palavras, em relação à sua cobertura do nascimento do primeiro bebê de proveta.

⁶ <http://tvbrasil.etc.com.br/vertv/episodio/a-reducao-da-audiencia-na-televisao-aberta>

William Bonner fala ainda sobre a polêmica a respeito de uma reportagem exibida no Fantástico e no Jornal Nacional sobre as Diretas Já. Ela foi alvo de críticas porque o texto introdutório lido pelo apresentador, na época, não falava em comício pelas Diretas, mas em uma “festa”, o que foi visto como uma tentativa da Globo de esconder o movimento pelas eleições presidenciais diretas. Nesse momento, Bonner se dirige ao expectador dizendo que, tempos depois, o erro foi reconhecido, e que o site Memória Globo contém detalhes sobre esse erro e sobre outras reportagens. Mesmo que o erro tenha sido assumido, o expectador é influenciado a buscar respostas ainda do próprio Grupo Globo. Em nenhum momento há referência a informações que não sejam mediadas pelo Grupo.

Outra polêmica tratada foi a da edição do debate de Lula e Collor em 1989. Segundo Bonner, a Globo reconheceu o erro de tentar editar o debate. Ainda assim, seu discurso não destaca o erro ou qualquer tentativa de manipulação, mas fala do risco de tentar resumir um debate, como se edita um jogo de futebol com os melhores momentos. Ele diz que esse episódio foi um grande aprendizado para o jornalismo da Rede Globo, que estava aprendendo a trabalhar com o ressurgimento da democracia. Não apenas são mostrados os fatos que as pessoas devem lembrar, mas também a forma como devem lembrar, mesmo quando há referência à situações desfavoráveis para a emissora – pois uma empresa jornalística não pode simplesmente ignorar certos acontecimentos, sob pena de perder a credibilidade.

Essas escolhas do que falar e de como falar são a tentativa de apresentar uma auto-reflexão dos próprios repórteres sobre a forma da Rede Globo de fazer jornalismo e uma preocupação com o aprimoramento. É um discurso que tem a finalidade de ganhar a credibilidade do telespectador, que é guiado a acreditar que a emissora está sempre trabalhando para servi-lo com o melhor produto final.

4. Conclusão

A análise do discurso dos envolvidos no Especial 50 anos de jornalismo na Globo mostrou como a série foi construída de forma a reforçar o papel da Rede Globo e como a auto-referência é um aspecto visível da produção. A série produzida pela Rede Globo é fechada em torno da própria emissora, exibindo suas próprias coberturas jornalísticas e dando voz apenas aos seus jornalistas. É perceptível, também, a tentativa de mudança de linguagem a fim de gerar uma aproximação do telespectador. O Especial 50 anos de

jornalismo na Globo pode ser considerado uma inovação, se comparado às demais produções jornalísticas da emissora.

Foram escolhidas algumas situações e exemplos, mas ainda há muito para ser estudado e desenvolvido em trabalhos posteriores, por exemplo, como esse discurso pode revelar alguma posição ideológica/política ou omitir fatos importantes. Outro aspecto que pode ser analisado é a recepção dos expectadores à série. No site onde o Especial está publicado há também vídeos com entrevistas exclusivas com cada um dos 16 convidados, que podem ser objetos de estudo para trabalhos futuros.

Referências

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma analítica da midiatização. **MATRIZES**, São Paulo, n.º 2, p. 89-105, abr. 2008.

FAUSTO NETO, Antônio. Enunciação, auto-referencialidade e incompletude. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n.º 34, p. 78-85, dez. 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

FERREIRA, Jerusa Pires. Cultura é memória. In: FERREIRA, Jerusa Pires. **Armadilhas da Memória e Outros Ensaios**. São Paulo. Ateliê Editorial. p. 69-87.

VON SIMON, Olga Rodrigues de Moraes. In: FARIA FILHO, Luciano Mendes de (Org.). **Arquivos, fontes e novas tecnologias: questões para a história da educação**. Campinas: Autores Associados, 2000. p. 63-74.

FAUSTO NETO, Antônio. Mutações nos Discursos Jornalísticos: Da ‘construção da realidade’ a ‘realidade da construção’. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXIX, 2006, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília: Intercom, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1804-1.pdf>>. Acesso em: 22 de julho. 2015.

HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público**. São Paulo: Contexto, 2006.