



**ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

PEDRO HENRIQUE VENCATO ROSANO

**A PERFORMANCE DOS APRESENTADORES DO JORNAL NACIONAL: UM
RESGATE HISTÓRICO E UMA ANÁLISE CONTEMPORÂNEA**

**Caxias do Sul
2020**

PEDRO HENRIQUE VENCATO ROSANO

**A PERFORMANCE DOS APRESENTADORES DO JORNAL NACIONAL: UM
RESGATE HISTÓRICO E UMA ANÁLISE CONTEMPORÂNEA**

Monografia apresentada como requisito obrigatório para a obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo na Universidade de Caxias do Sul.

Orientadora: Prof.^a Ma. Marliva Vanti Gonçalves.

**Caxias do Sul
2020**

PEDRO HENRIQUE VENCATO ROSANO

**A PERFORMANCE DOS APRESENTADORES DO JORNAL NACIONAL: UM
RESGATE HISTÓRICO E UMA ANÁLISE CONTEMPORÂNEA**

Monografia apresentada como requisito obrigatório para a obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo na Universidade de Caxias do Sul.

Orientadora: Prof.^a Ma. Marliva Vanti Gonçalves.

Aprovado em ____/____/2020

Banca Examinadora

Prof.^a Ma. Marliva Vanti Gonçalves
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Prof.^a Ma. Adriana dos Santos Schleder
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Marcell Bocchese
Universidade de Caxias do Sul – UCS

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus avós, Josemar Vencato (*in memoriam*) e Salete Scopel Vencato, pelos incontáveis conselhos, incentivo aos estudos, aos meus sonhos e apoio às minhas escolhas - dedico este trabalho a eles, no momento em que meu peito transborda emoção e alegria. Agradeço aos meus pais, Nucia Vencato e Roberto Rosano, pelo infinito amor, por acreditarem no meu potencial e confiarem na prosperidade e sucesso durante o caminho que escolhi seguir.

Agradeço à Ordem DeMolay, instituição formadora de cidadãos virtuosos e úteis à sociedade, que há oito anos me ensina a ser alguém melhor a cada dia. Nela, conheci os melhores amigos que eu poderia ter, com quem eu posso contar em todos os momentos. Se os chamo de irmãos, não é da boca para fora, mas do coração para dentro. Muito obrigado, por tanto.

Meu agradecimento a todos os meus amigos e colegas da Câmara de Vereadores de Caxias do Sul. Mais que uma oportunidade de estágio, foi uma escola, lugar em que cresci e me lapidei profissionalmente e como ser humano. Foi uma honra conhecer e trabalhar com cada um de vocês.

À minha orientadora, Marliva Vanti Gonçalves, que mesmo a distância, conseguiu me orientar bem de perto, por meio de seu conhecimento, paciência e doçura (e inúmeros áudios do whatsapp). Obrigado por jamais deixar que eu desanimasse. Gratidão, também, aos professores e professoras que fizeram parte da minha graduação e a todos os outros jornalistas e comunicadores que me transmitiram sabedoria em algum momento desta trajetória acadêmica.

Agradeço a todos e a todas que de alguma forma me querem bem e torcem para a minha realização como jornalista. O carinho, a motivação e o respeito que recebo são o que me fazem seguir em frente. De corpo e alma, muito obrigado!

“No que diz respeito ao empenho, ao compromisso, ao esforço e à dedicação, não existe meio termo. Ou você faz uma coisa bem feita ou não faz”.

(Ayrton Senna)

RESUMO

O tema desta monografia leva em conta as mudanças no formato de apresentação do Jornal Nacional desde a criação até os dias atuais. O trabalho de pesquisa gira em torno da problematização levantada pela questão norteadora: como a performance dos apresentadores do Jornal Nacional foi afetada pelas tecnologias e pelo desenvolvimento do modo de consumir as notícias? O objetivo geral consiste em conceituar a performance e analisar sua presença na apresentação do Jornal Nacional, a partir do avanço da tecnologia e do desenvolvimento no modo de consumir as notícias. O procedimento metodológico de pesquisa bibliográfica privilegiou temas como a performance, a história da televisão do Brasil, em especial da Rede Globo e do Jornal Nacional, as características e os elementos do telejornalismo, a convergência das mídias, o infotenimento, a atenção e a percepção, entre outros. O método de Análise de Conteúdo segundo Laurence Bardin (2010) levou em conta o estudo de seis edições do Jornal Nacional, entre os anos de 1986 e 2020. Para a produção da metodologia foi escolhido o caráter de pesquisa qualitativa. Esses estudos possibilitaram visualizar a adaptação do JN a partir das novas tecnologias, que demandou uma aproximação maior com o público, este, mais exigente e que requer um maior dinamismo e interatividade. Considerou-se que o Jornal Nacional deve se balizar sob essas perspectivas para se sustentar pelos próximos anos.

Palavras chave: Televisão. Telejornalismo. Jornal Nacional. Performance. Infotenimento.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Cid Moreira e Celso Freitas durante a escalada do JN	71
Figura 2: Fátima Bernardes e William Bonner durante a escalada do JN	74
Figura 3: Fátima Bernardes e William Bonner durante a escalada do JN.....	78
Figura 4: Renata Vasconcellos e William Bonner saem caminhando após o fim do telejornal.....	82
Figura 5: Renata Vasconcellos e William Bonner durante a escalada do JN.....	84
Figura 6: William Bonner caminhando pelo estúdio.....	86
Figura 7: Abertura do Jornal Nacional.....	88
Figura 8: Renata Vasconcellos e William Bonner na despedida do JN.....	91

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	09
2 A TELEVISÃO NO BRASIL.....	21
2.1 O SURGIMENTO DA TV: NADA SERÁ COMO ANTES.....	21
2.1.1 Chatô: o Rei do Brasil.....	33
2.2 EU TENHO O PODER: A HISTÓRIA DA REDE GLOBO.....	36
3 TELEJORNALISMO E JORNAL NACIONAL: O OLHAR POR TRÁS DA NOTÍCIA.....	40
3.1 CATEGORIAS, GÊNEROS E FORMATOS DA TELEVISÃO BRASILEIRA.....	40
3.2 TELEJORNALISMO: CARACTERÍSTICAS E ELEMENTOS.....	45
3.3 UM TELEJORNAL PARA O BRASIL: A HISTÓRIA DO JN.....	52
3.3.1 As vozes da notícia.....	55
3.3.2 O Jornal Nacional na prática.....	57
4 A PERFORMANCE COMO CONDIÇÃO HUMANA.....	60
4.1 PERFORMANCE E PERSONAGEM.....	60
4.1.1 Atenção e Percepção.....	67
5 METODOLOGIA.....	69
5.1 EXPLORAÇÃO DO MATERIAL.....	69
5.1.1 Jornal Nacional, 1986.....	71
5.1.2 Jornal Nacional, 1996.....	74
5.1.3 Jornal Nacional, 2004.....	78
5.1.4 Jornal Nacional, 2015.....	82
5.1.5 Jornal Nacional, 2015.....	83
5.1.6 Jornal Nacional, 2020.....	88
5.2 ANÁLISE.....	92
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	112
REFERÊNCIAS.....	120
APÊNCIDE.....	129

1. INTRODUÇÃO

“No ar, Jornal Nacional. A notícia unindo 60 milhões de brasileiros”¹. Foi assim que em 1º de setembro de 1969 estreou o Jornal Nacional, na TV Globo. Tudo começou com Cid Moreira e Hilton Gomes, os primeiros dos 11 apresentadores titulares do principal telejornal do Brasil - além deles, outras dezenas ocuparam a bancada do JN de lá para cá.

Atual diretor geral da Globo, o jornalista Carlos Henrique Schroder, na obra “JN: 50 anos de telejornalismo” (2019), traça uma espécie de linha do tempo do que foi notícia no telejornal ao longo dessas cinco décadas. Avanços, descobertas, tragédias, fatos históricos, ganhos e perdas. Inúmeras histórias foram noticiadas por locutores e jornalistas que trouxeram diferentes maneiras de apresentação, que também sofreram transformações nesses modos, à medida em que foram acompanhando a evolução cultural e tecnológica.

Meio século passou. Os então 60, tornaram-se mais de 211 milhões² de habitantes no Brasil. Incontáveis foram as mudanças e transformações nestes quase 51 anos, seja no mundo, no País, nas relações entre as pessoas e, não poderia ser diferente, no modo de apresentação do Jornal Nacional.

Pelo resgate histórico possível de ser feito e pela realidade contemporânea do fazer jornalístico, o JN foi escolhido como o objeto de estudo desta monografia. Identificar momentos marcantes pelos quais o telejornal passou, faz com que se compreenda melhor seu papel, hoje, no campo audiovisual. Seja para se espelhar ou para fazer ao contrário, o Jornal Nacional é observado, analisado, repercutido nas redes sociais e também produto de estudo para pesquisadores.

Esta monografia tem como tema: “as mudanças no formato de apresentação do Jornal Nacional desde a criação até os dias atuais” e buscou responder a questão norteadora: “como a performance dos apresentadores do Jornal Nacional foi afetada pelas tecnologias e pelo desenvolvimento do modo de consumir as notícias?”

¹ **JN 50 anos:** as revoluções provocadas pela comunicação em cinco décadas de reportagens. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7891758/>> Acesso em: 01 de agosto de 2020.

² IBGE. **Projeção da população do Brasil e das Unidades da Federação.** Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>> Acesso em: 01 de agosto de 2020.

A partir da escolha do tema e da formulação da questão norteadora, foram elencadas quatro hipóteses, apresentadas abaixo, que foram confirmadas ou refutadas através do progresso deste estudo e da aplicação da metodologia.

H.A. Ao longo da história, a performance e o tom de voz dos apresentadores deixaram o Jornal Nacional mais “leve”. Entretanto, essas mudanças não o enquadram na categoria de infotimento.

H.B. O Jornal Nacional exhibe suas manchetes principais no início do telejornal e termina a edição de forma a tranquilizar o telespectador, com uma matéria que não está na escalada. A performance dos apresentadores acompanha esse roteiro.

H.C. A performance atual dos apresentadores do Jornal Nacional leva em consideração o infotimento e as alternativas que o público possui, a partir da internet, para consumir as notícias.

H.D. As edições estudadas nessa pesquisa, e seus recortes, mostram como os apresentadores do JN utilizam-se da performance para emitir informações com clareza, credibilidade e precisão, respeitando as características de um programa televisual considerado de qualidade.

Nortear a estruturação destas hipóteses um objetivo geral: conceituar a performance e analisar sua presença na apresentação do Jornal Nacional, a partir do avanço da tecnologia e do desenvolvimento no modo de consumir as notícias. Para cada uma das hipóteses foram elencados outros objetivos, denominados específicos, que se relacionam com uma ou mais hipóteses, conforme disposto a seguir:

H. A

a) Apresentar a história da televisão no Brasil e do Jornal Nacional, em específico;

b) Conceituar e caracterizar telejornalismo, refletindo sobre suas fases dentro história da televisão brasileira;

c) Analisar o conceito de categoria, gênero, formato e suas hibridizações a partir do telejornalismo;

d) Verificar as transformações no formato de apresentação do JN ao longo do tempo;

e) Conceituar infotimento;

f) Significar performance e personagem.;

g) Explicar a importância da performance na apresentação do Jornal Nacional e identificar sua presença e características.

H. B.

a) Conceituar e caracterizar telejornalismo, refletindo sobre seu papel na história da televisão brasileira;

b) Significar categoria, gênero e formato, especificando onde o Jornal Nacional se localiza dentro desses conceitos;

c) Apresentar a história do Jornal Nacional;

d) Verificar as transformações no formato de apresentação do JN ao longo do tempo;

e) Definir convergência das mídias e analisar como ela impacta no formato de apresentação do Jornal Nacional;

f) Conceituar zapping e infotenimento, analisando a influência desses fenômenos no modo de consumo da informação ao longo da história.

H. C.

a) Definir convergência das mídias, a partir do surgimento da internet, e analisar seu impacto no consumo da informação;

b) Conceituar zapping e infotenimento, relacionando esses fenômenos ao longo da história com o telejornalismo, entretenimento e o espetáculo;

c) Significar performance e personagem;

d) Identificar a presença da performance na apresentação do Jornal Nacional, explicando sua contribuição para a produção de um telejornal considerado de qualidade.

H. D.

a) Conceituar e caracterizar telejornalismo, refletindo sobre seu significado na história da televisão brasileira;

b) Analisar os conceitos de categoria, gênero e formato, identificando seu papel no telejornalismo;

c) Definir convergência das mídias, a partir do surgimento da internet, analisando como ela impactou no formato de apresentação do Jornal Nacional;

- d) Significar performance e personagem;
- e) Conceituar atenção e percepção, analisando como a performance do apresentador atua na tentativa de manter a audiência.

Ao longo de toda a monografia, diversos assuntos foram percorridos, seja para introduzir um tema ou discussão, provocar reflexões, auxiliar no alcance dos objetivos ou propiciar uma análise mais adequada e completa.

Para este início de discussão, se trouxe à tona os principais conceitos dispostos nos capítulos que se seguem. O ponto de partida nesta introdução é o significado de comunicação. Desde os primórdios da civilização humana tornou-se latente a necessidade de se comunicar. Como cita Paternostro (1999), a comunicação torna possível a interação e a convivência entre os homens, que de acordo com Shannon e Weaver apud Santaella (1992) compreende todos os procedimentos realizados por um agente para se comunicar com o outro, ou seja, não se limitam às formas orais e escritas.

Um dos meios de comunicação é a televisão. A TV surgiu no Brasil em 1950, graças ao empresário Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello, como uma alternativa ao rádio, que embora vivesse sua era de ouro, já não era um veículo reservado apenas às elites econômicas (MATTOS, 2010). No mesmo ano, estreava o Repórter Esso, primeiro telejornal do país - era o início do telejornalismo brasileiro. Quinze anos depois, era criada a TV Globo e em 1969, o Jornal Nacional. A forma e o contexto de como eles surgiram foram ampliados nos capítulos deste trabalho.

Ao longo desses 70 anos, a televisão passou por inúmeras transformações. Entretanto, foi com a globalização, nos anos 1990 e com mais força a partir dos anos 2000, que o telespectador também se tornou consumidor, principalmente devido ao processo de convergência das mídias, ou então, ao chamado hibridismo midiático, que é a fusão de diferentes mídias e sua migração para o mundo digital (SANTAELLA, 2001).

Com o fenômeno da convergência, as emissoras de televisão passaram a identificar as características dos indivíduos que as consumiam, como forma de promover atrações/programas que fossem ao encontro do que os públicos determinados queriam assistir. Por conta de uma maior independência do telespectador no sentido de deter poder de escolha sobre o que assistir, era preciso uma mudança de postura das emissoras (JENKINS, 2008).

A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final (JENKINS, 2008, p. 43).

Mas onde se encaixam os telejornais nisso tudo? Para permanecer no ar, em horário nobre e com boa audiência, foram diversas as mudanças e adaptações. Embora os elementos básicos e a essência dos telejornais estejam preservados, o modo de apresentar não é mais o mesmo, se compararmos os dias de hoje com as décadas passadas. Uma significativa alteração se dá pela performance dos apresentadores, em específico, aqueles que atuam na apresentação do Jornal Nacional.

Goffman apud Schechner (2006)³ conceituam performance como uma atividade de um determinado agente em uma determinada ocasião, que serve para influenciar uma ou mais pessoas. No entanto, nenhuma performance existiria sem o seu indivíduo, denominado personagem ou performer - é ele quem executa a performance (BRAIT, 1985). Apresentadores e repórteres, atores, comediantes e profissionais que vivem de suas imagens, são performers e dependem do olhar e até mesmo do julgamento do público, seja ele bom ou não, para sua própria sobrevivência.

A partir dos conceitos de performance e personagem é preciso refletir sobre o comportamento do público em frente à televisão. Para convencer um indivíduo a permanecer em determinado canal, o agente em questão utiliza-se de técnicas de expressividade. Para isso, de acordo com Sousa (2009), torna-se necessário reconhecer a audiência, para que as mensagens possam despertar a atenção de quem assiste.

Por atenção, Vygotsky apud Tanaka (2007) compreendem que ela faz parte das funções psicológicas superiores, tipicamente humanas. Para Eric Kandel (2009), a atenção funciona como um filtro: quando o indivíduo contempla uma imagem a sua

³ SCHECHNER, Richard. **Whats is performance?** In: SCHECHNER, Richard. Performance studies: an introduction. 2nd. London: Routledge, 2006. p. 28-51. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/378/o/O_QUE_EH_PERF_SCHECHNER.pdf> Acesso em: 13 de maio de 2020.

frente e concentra informações sensoriais para compreender o que está vendo. Se o que ele está vendo lhe agrada, ele fixa sua atenção, podendo até ignorar o que está ao seu redor; caso contrário, ele identifica a informação e a exclui em seguida - e muda de canal, se estivermos tratando de televisão.

Com isso, se recorre, mais uma vez, ao tema da monografia deste pesquisador: “As mudanças no formato de apresentação do Jornal Nacional através do tempo”. A temática evoca a relevância da performance dos apresentadores do JN e como seu progresso e, inegavelmente, suas transformações, impactaram no modo de emitir as notícias e são diretamente responsáveis pela vontade do público em permanecer vendo, ouvindo e sentindo, com atenção, aquilo que o apresentador busca transmitir.

Paternostro (1999) aponta que cada telejornal possui um estilo próprio de apresentar. Compreender como o modo de apresentação do Jornal Nacional foi afetado pelo avanço das tecnologias, além de responder a questão norteadora, também justificam as escolhas feitas por este pesquisador, não apenas em relação ao assunto deste trabalho, mas quanto ao próprio curso de Jornalismo.

Durante o projeto de monografia traçou-se um roteiro para a realização desta pesquisa. Ela foi dividida em seis capítulos, sendo o primeiro deles destinado à introdução, onde são apresentadas as hipóteses, a questão norteadora, o objetivo geral e os específicos, além de pontuar acerca dos principais temas abordados e reiterar as motivações para a escolha do objeto de pesquisa e suas manifestações.

O segundo capítulo conta os principais momentos da história da televisão no Brasil, levando em consideração os fatores econômicos e sociais que propiciaram acontecimentos históricos. Além disso, destaca as fases pelas quais passou a TV brasileira. Ainda nesse capítulo, apresenta-se a trajetória de Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, o responsável pela chegada da televisão ao País. Por fim, se relata o surgimento da Rede Globo, com ênfase para o caso *Timelife*, e pontua-se sobre como a emissora se tornou o maior império de comunicação do país.

O terceiro capítulo aborda as categorias, gêneros e formatos da TV brasileira. Apresentam-se os conceitos de infotimento e de hibridismo, além de analisar seu impacto no fazer jornalístico, a partir da convergência das mídias, outro fenômeno explorado e determinante para as mudanças na produção de conteúdo como um todo. Também se conceitua telejornalismo, suas características e elementos. Esse capítulo

ainda apresenta a história do Jornal Nacional, objeto de estudo desta monografia, seus apresentadores, características e modo de produção.

O quarto capítulo conceitua performance e personagem, termos norteadores para a análise da monografia. Além disso, apresentam-se os tipos de performance e personagens e a definição de espetáculo. Este capítulo ainda trata sobre os conceitos de atenção e percepção. A partir deles, buscou-se entender melhor como o modo de apresentação e a performance dos apresentadores do Jornal Nacional são fatores determinantes para a manutenção da audiência e para evitar que o telespectador troque de canal ou migre para outra plataforma.

O quinto capítulo se destina à metodologia e à análise dos recortes que serviram de objeto de estudo. A análise desta pesquisa monográfica foi dividida em três etapas. Mas, antes que se amplie esse assunto, precisa-se compreender o conceito de pesquisa, metodologia e método. O conceito de pesquisa pode ser explorado a partir de Gil (2007) apud Gerhardt e Silveira (2009). Ele a coloca como um procedimento sistemático que objetiva buscar respostas às questões propostas, através de formulação do problema, discussões acerca da temática e apresentação dos resultados.

Segundo Tartuce (2006) apud Gerhardt e Silveira (2009), metodologia é o estudo do método, da identificação, da organização e do planejamento que serão percorridos durante um estudo científico. Tartuce define método como um conjunto de regras para realizar uma pesquisa. Fonseca (2002) apud Gerhardt e Silveira (2009) explica que, etimologicamente, *methodos* significa organização e *logos*, estudo sistemático, pesquisa ou investigação.

O caráter de pesquisa mais adequado para esta monografia é o da pesquisa qualitativa. Diferente da quantitativa – que apresenta os dados por meio de conclusões matemáticas e estatísticas; Marconi e Lakatos (2011) explicam que a pesquisa qualitativa analisa uma situação de forma mais aprofundada, a partir do estudo de técnicas e comportamentos. Relacionando a pesquisa qualitativa com o tema desta pesquisa, se entendeu que não seria possível uma análise aprofundada da performance somente a partir de números e estatísticas.

Como procedimento metodológico foi escolhida a pesquisa bibliográfica. De acordo com Fonseca (2002) apud Gerhardt e Silveira (2009, p. 32), esse tipo de pesquisa é feito “a partir de levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas

de web sites”, ou seja, apresenta ao leitor o que já foi estudado sobre determinado assunto e proporciona base teórico-científica para que o pesquisador apresente seus resultados, a partir de análises e reflexões.

Para conduzir os estudos da monografia, o pesquisador utilizou o método de Análise de Conteúdo, proposto por Laurence Bardin. Segundo Bardin (2011), a Análise de Conteúdo consiste em um conjunto de instrumentos metodológicos que podem se aplicar em diferentes discursos, sejam eles objetivos ou subjetivos. A autora organiza esta forma de análise em três fases.

a) pré-análise (ou coleta de material): esta primeira fase da Análise de Conteúdo é a organização das ideias; como sistematizá-las para conduzir os próximos passos de um estudo, a partir da reunião de documentos bibliográficos que serão fontes de pesquisa. Estabelecem-se três tarefas para esta fase: a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e objetivos e a escolha dos indicadores que fundamentam a interpretação final.

A escolha dos documentos se deu a partir de extensa pesquisa bibliográfica em dissertações, e-books, livros, monografias, revistas, sites e vídeos. Esses materiais apresentam a história da televisão no Brasil e da Rede Globo, em específico, e auxiliam quando ao entendimento de conceitos como os de zapping, convergência das mídias, infotenimento, atenção e percepção relacionadas ao telespectador; performance e personagem, entre outros. Ainda foram consultados materiais que apresentam e analisam o Jornal Nacional como produto audiovisual, e o telejornalismo, como gênero. Bardin (2011, p. 126-127) elenca algumas regras para orientar esses estudos:

a) Regra da exaustividade: é preciso ter em conta todos os elementos do corpus. Não se pode deixar de fora qualquer um destes;

b) Regra da representatividade: a análise pode ser feita com uma amostra, desde que o material seja qualificado para tal atividade;

c) Regra da homogeneidade: os documentos devem obedecer a critérios de escolha e não apresentar demasiada singularidade fora destes critérios;

d) Regra da pertinência: os documentos retidos devem ser adequados, enquanto fonte de informação, de modo a corresponderem ao objetivo que suscita a análise.

As edições selecionadas obedecem a essas regras porque possuem em seu *corpus* os principais elementos que foram submetidos à análise. Vão ao encontro dessas regras os critérios estabelecidos para escolha dos recortes, como a presença da performance, a variação de enquadramento das câmeras e as mudanças no cenário, além da observação desses elementos em edições do JN em diferentes décadas.

Outra observação foi que, embora todos os recortes sejam ambientados nos estúdios do Jornal Nacional, existe pluralidade no conteúdo, ou seja, mesmo que a essência seja semelhante, o conteúdo, ou aquilo que é apresentado e a forma como é mostrado, são diferentes. Também se levou em consideração, a partir do acompanhamento, na íntegra, das edições do JN, se os recortes eram pertinentes aos objetivos deste trabalho, enquanto pesquisa científica.

Para a realização da monografia foram analisados, portanto, trechos de seis edições do Jornal Nacional, que serão apresentados a seguir, na ordem em que se encontram na monografia.

a) *Jornal Nacional de 29 de abril de 1986*⁴ apresentado por Cid Moreira e Celso Freitas. Esta edição do telejornal possui 23 minutos e 48 segundos. Quatro recortes foram feitos. **Trecho 1:** 0'17" a 0'45". **Trecho 2:** 0'55" a 1'49". **Trecho 3:** 21'50" a 22'03". **Trecho 4:** 23'21" a 23'48".

b) *Jornal Nacional de 06 de abril de 1996*⁵ apresentado por Fátima Bernardes e William Bonner. Esta edição do telejornal possui 37 minutos e sete segundos. Quatro recortes foram feitos. **Trecho 1:** da abertura do telejornal até 00'56". **Trecho 2:** 0'57" até 01'08". **Trecho 3:** 25'28" até 26'06". **Trecho 4:** 36'29" a 36'55".

c) *Jornal Nacional de 21 de fevereiro de 2004*⁶ apresentado por Fátima Bernardes e William Bonner. Esta edição do telejornal possui 48 minutos e sete

⁴ **Jornal Nacional de 29 de abril de 1986.** Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=kvITZlnPpAM> > Acesso em: 22 de julho de 2020.

⁵ **Jornal Nacional de 06 de abril de 1996.** Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=vmujMoD8rE4> > Acesso em: 22 de julho de 2020

⁶ **Jornal Nacional de 21 de fevereiro de 2004.** Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=R_XXIMYQGyI > Acesso em: 22 de julho de 2020

segundos. Quatro recortes foram feitos. **Trecho 1:** 0'24" a 01'31". **Trecho 2:** 01'33" até 02'18". **Trecho 3:** 35'04" até 35'10". **Trecho 4:** 47'34" até 48'00".

d) *Trecho do Jornal Nacional de 27 de abril de 2015*⁷, com 55 segundos de duração, apresentado por Renata Vasconcellos e William Bonner. Um recorte foi feito. **Trecho 1:** 0'00" a 0'55".

e) *Jornal Nacional de 25 de novembro de 2015*⁸ apresentado por Renata Vasconcellos e William Bonner. Esta edição do telejornal possui 34 minutos e 52 segundos. Quatro recortes foram feitos. **Trecho 1:** 0'04 até 1'22" **Trecho 2:** 1'27" a 1'50" **Trecho 3:** 26'50" a 27'08" **Trecho 4:** 33'24" a 34'52".

f) *Jornal Nacional de 06 de março de 2020*⁹ apresentado por Renata Vasconcellos e William Bonner. Esta edição do telejornal possui 43 minutos e 20 segundos. Três recortes foram feitos. **Trecho 1:** da abertura do telejornal a 04'49". **Trecho 2:** 25'40" a 25'51". **Trecho 3:** 42'01" a 43'20".

b) exploração do material: concluída a pré-análise, o pesquisador segue para a fase de exploração do material. Nela, ocorre a codificação do que foi pesquisado que, conforme explica Bardin (2011), é a transformação de um texto bruto, selecionado na pré-análise, em uma representação de conteúdo. Na monografia, a exploração do material se deu por meio da decupagem dos trechos em recorte das referidas edições do JN.

Tratar o material é codificá-lo. A codificação corresponde a uma transformação - efetuada segundo regras precisas - dos dados brutos do texto, transformação esta que, por recorte, agregação e enumeração, permite atingir uma representação do conteúdo ou da sua expressão; suscetível de esclarecer o analista acerca das características do texto (BARDIN, 2011, p. 133, grifos da autora).

A autora indica que se dividam os objetos de estudo em categorias, como a separar e classificar elementos, cujas características serão analisadas

⁷ **Trecho do Jornal Nacional de 27 de abril de 2015.** Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=XGHivPIQprQ> > Acesso em: 22 de julho de 2020.

⁸ **Jornal Nacional de 25 de novembro de 2015.** Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=6wnWlw9Ucjg> > Acesso em: 22 de julho de 2020.

⁹ **Jornal Nacional de 06 de março de 2020.** Disponível em: < <https://globoplay.globo.com/v/8380363/programa/?s=28m02s> > Acesso em: 01 de junho de 2020.

separadamente e que servem, também, como foco de atenção em relação aos objetos de estudo. Bardin (2011) destaca o que considera qualidades para uma boa categorização:

- a) *Exclusão mútua*: o elemento não pode existir em mais de uma divisão;
- b) *Homogeneidade*: um princípio de classificação deve governar sua organização;
- c) *Pertinência*: a categoria é considerada pertinente quando está adaptada ao material de análise escolhido e pertence ao quadro teórico definido;
- d) *Objetividade e fidelidade*: as partes do material devem ser codificadas da mesma maneira;
- e) *Produtividade*: um conjunto de categorias é produtivo se fornecer resultados férteis em índices de inferências, em hipóteses novas e em dados exatos.

Com base nesses apontamentos, os trechos estudados foram escolhidos seguindo os critérios já mencionados neste capítulo. Os itens abaixo representam o que foi observado pelo pesquisador durante a decupagem das edições do JN, também servindo para a posterior análise.

I. *Performance*: como expressões faciais e corporais denotam diferentes sentimentos, interação entre os apresentadores, interação dos apresentadores com os repórteres, gestos e tom de voz.

II. *Performance imagética*: identificação e variação dos planos de enquadramento e movimento das câmeras durante o telejornal.

III. *Cenário*: alterações do cenário do Jornal Nacional ao longo das décadas, movimentação dos apresentadores pelo cenário e presença da imagem da redação e artes gráficas como recursos.

Nesta monografia, cada edição do Jornal Nacional foi apresentada com data de exibição da edição, tempo total de duração, tempo de recorte com início e fim e decupagem detalhada, com a descrição, na íntegra, dos trechos selecionados ainda no projeto de monografia, das expressões faciais, gestos, falas, movimentação e interação dos apresentadores do telejornal. Também foram detalhadas as variações

dos enquadramentos das câmeras e os principais elementos que compõem os cenários do JN ao longo das décadas.

A análise das reportagens e da performance dos repórteres do Jornal Nacional não fazem parte desta monografia, em prévia decisão tomada entre orientando e orientador, portanto, os trechos escolhidos possuem tempo de duração reduzido. Como forma de facilitar a compreensão do leitor, foi realizada a explicação geral sobre o contexto em que os recortes estão inseridos.

c) Tratamento dos resultados obtidos e interpretação: concluída a exploração do material, esta terceira e última fase pretende interpretar os resultados/dados obtidos nas etapas anteriores, para que eles sejam significativos e válidos, e até mesmo oportunizar novos aprendizados ou provocar reflexões que podem ser debatidas em outro projeto ou análise, em torno de novas óticas e dimensões teóricas.

Conclui este trabalho científico, o sexto e último capítulo destinado às considerações finais e à verificação das hipóteses. Nele também estão as observações e reflexões finais do pesquisador.

2. A TELEVISÃO NO BRASIL

“Inventor é um homem que olha para o mundo em torno de si e não fica satisfeito com as coisas como elas são”¹⁰.
(Alexander Graham Bell)

O capítulo que se desenvolve a seguir apresenta a história da televisão no Brasil. Para trazer maior linearidade histórica ao texto, foi utilizada a obra *História da Televisão Brasileira (2010)*, de Sérgio Mattos, que divide os períodos pelos quais a TV passou em fases, além de outros autores que dão sustentação à pesquisa.

Juntamente com este resgate histórico, dois subcapítulos se apresentam na sequência. O primeiro deles conta trajetória de Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello, o principal responsável pela chegada da televisão ao Brasil, o que o fez crescer como empresário, político e figura influente no país.

Ligada à história da TV está a criação da Rede Globo, tema que norteia o segundo subcapítulo. Nele, o leitor conhecerá as origens da família Marinho, como ocorreu a criação da então TV Globo e os detalhes do caso *Timelife*, empresa estrangeira corresponsável por tornar a emissora o maior império de comunicação do Brasil.

2.1 O SURGIMENTO DA TV: NADA SERÁ COMO ANTES

Desde a época das cavernas, o ser humano tem a necessidade de se comunicar. Conforme enunciado no capítulo inicial desta monografia, a comunicação compreende todas as ações de um indivíduo para que qualquer relação seja possível. Shannon e Weaver apud Santaella (1992) ponderam que esse processo não se limita às formas escritas e orais, mas também contempla as artes visuais, a dança, a música, a poesia e o teatro. Seu significado pode ser entendido como um termo genérico que cobre todas as funções da linguagem e as formas como uma mente pode afetar a outra. O ato de se comunicar, para Santaella (1992), é inevitável, pois até mesmo quando não há interação, se está emitindo e recebendo mensagens.

¹⁰ BELL apud SISQUINI, Fabrício de Souza Passos. **Estudo de novos casos de problema inverso aplicados em engenharia.** Vitória-ES, 2011. Disponível em: <http://mecanica.ufes.br/sites/engenhariamecanica.ufes.br/files/field/anexo/2011-2_fabricio_sisquini.pdf> Acesso em: 25 de setembro de 2020.

Os séculos foram passando e a comunicação progrediu, passando pelo surgimento do papel, que mais tarde originaria os primeiros jornais, peças publicitárias e o surgimento da imprensa, este último fato, por meio de Johann Gutenberg. Gaspar (2004) atribui a Gutenberg a invenção da imprensa e o aperfeiçoamento da prensa, um equipamento que aplica pressão em uma superfície para acetinar papel e cunhar moedas. A evolução da prensa, de acordo com o autor, permitiu a progressiva divulgação dos meios impressos.

A invenção do rádio foi a primeira grande mudança na comunicação na primeira parte do século XX. Ferreira (2013), que embora atente sobre a falta de unanimidade em relação à questão de autoria da invenção, atribui ao Padre Landell de Moura esse feito, em 1894. Porém, a instalação de uma emissora de rádio no Brasil ocorreu somente em 1923, com a fundação Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (AZEVEDO, 2002). Segundo a autora Lia Calabre de Azevedo (2002), Roquete Pinto e Henrique Morize foram os pioneiros na radiodifusão brasileira.

Meneguel e Oliveira (2016) atentam para a rápida popularização desse meio de comunicação, que servia para o lazer, ouvir músicas, radionovelas, jogos de futebol e também como principal fonte de disseminação de notícias factuais. A predominância do entretenimento sobre programas educacionais e culturais tornou o rádio um veículo de massas, expandindo-se pelo país e deixando de ser uma exclusividade e até mesmo uma preferência das elites.

Era preciso uma inovação que atraísse empresários e concentrasse renda na região Sudeste do Brasil. Essa necessidade propiciou o surgimento da televisão, que de acordo com Jambeiro (2002), ocorreu sob uma lógica diferente da chegada do rádio, inicialmente operado por clubes amadores. O autor salienta que a TV chegou ao Brasil com domínio empresarial, a missão de incrementar o comércio de bens e serviços.

Quem propiciou a chegada deste novo advento midiático foi o advogado, empresário, jornalista e político Francisco Antônio de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, ou Chatô, como era popularmente conhecido. A história de vida do pioneiro da TV brasileira será apresentada no subcapítulo a seguir. Chatô adquiriu o primeiro televisor em Nova York, nos Estados Unidos, em 1948. Dois anos depois, em 18 de setembro de 1950, era inaugurada a TV Tupi, primeira emissora de televisão da América Latina e sexta do mundo (PATERNOSTRO, 1999).

Os primeiros anos da TV no Brasil incrementaram o comércio entre as elites econômicas. Os aparelhos eram importados e custavam muito caro. Mattos (2010) atenta que o televisor mais comum era três vezes mais caro do que o rádio mais moderno da época. Com isso, se conclui que o novíssimo aparelho se reservava apenas as pessoas com maior poderio financeiro. Entretanto, Jambeiro (2002) observa a chegada de empresas fabricantes de televisores ao Brasil no final da década de 1950. A partir do fim do custo da importação, os aparelhos aumentaram a produção, baratearam o custo e também iniciaram um processo de massificação.

Para visualizar de maneira mais clara as transformações sofridas pela televisão ao longo do tempo, apresenta-se a obra História da Televisão Brasileira, de Sérgio Mattos (2010), que divide a história a TV em sete fases, e também as considerações de outros autores acerca de cada um desses períodos:

1) Fase Elitista (1950-1964): em setembro de 1950, a TV Tupi, com sede na cidade de São Paulo, deu início à septuagenária história da televisão brasileira, um novo e poderoso instrumento que mudaria para a sempre o modo de se comunicar e se relacionar. Pelo fato de os aparelhos televisores custarem caro, a procura por esses equipamentos também era baixa, já que significativa parcela da população não tinha condições financeiras de adquiri-los. A televisão ia à contramão do governo populista de Getúlio Vargas e se reservava aos ricos e poderosos.

Junto com as emissoras, também surgiram os primeiros desafios. Mattos (2010) aponta que o início da TV foi difícil e marcado por improvisações. Marcondes Filho (2002, p. 24) é outro autor que partilha dessa mesma visão: “[...] a TV no Brasil era pouco ágil. Não havia cores, nem videoteipe¹¹”. A falta de experiência, problemas técnicos, sinal ruim e a precariedade das instalações colocaram em xeque o futuro daquele novo advento, mas através de campanhas publicitárias e do aumento da produção dos televisores, a TV caiu no gosto do público e coube no bolso da população.

Os produtos televisivos que mais chamavam a atenção do telespectador nesses primeiros anos foram a novela “Sua Vida me Pertence” e o telejornal “Imagens

¹¹ “Criado em 14 de abril de 1956 pelos cientistas americanos da Ampex, Charles Ginsberg e Ray Dolby, é um sistema de gravação, edição e reprodução de imagens e sons televisivos em fita magnética” (ARAÚJO, 2017, p. 97)

do Dia”, pioneiro no telejornalismo do Brasil. “O Imagens do Dia era composto por locução em off¹² e um texto em estilo radiofônico. Entrava no ar entre nove e dez horas da noite, sem qualquer preocupação com a pontualidade”. (PATERNOSTRO, 1999, p. 35). Entretanto, o primeiro líder de audiência da televisão foi o Repórter Esso, que estreou em 1953 e ficou no ar por 20 anos. Além deste, também se destacaram nessa época o Edição Extra, o Jornal da Vanguarda e o Show de Notícias (PATERNOSTRO, 1999).

A televisão brasileira nasceu enraizada no rádio. Segundo Kneipp (2008), a potência vocal e a capacidade de improvisação fizeram com que os radialistas ocupassem as bancadas dos primeiros telejornais.

Os primeiros profissionais a serem convocados para trabalhar na televisão foram os radialistas, visto que a tecnologia, até então, era muito parecida, pelo menos no diz respeito ao sistema de radiodifusão de som e imagens. As exigências para se trabalhar na televisão eram mínimas, pois ninguém sabia como fazer televisão naquele momento (KNEIPP, 2008, p. 99).

A chegada dos anos 1960 representou um amadurecimento da TV que se consolidou no Brasil. Paternostro (1999) aponta a chegada do *videotape* como determinante para essa mudança de paradigma, para um produto mais popular, de melhor operacionalização, economia de custo e tempo e a melhoria na qualidade dos programas. O Código Brasileiro de Telecomunicações, aprovado no Congresso Nacional em 1962, foi outro grande avanço, pois amenizou sanções, deu maiores garantias jurídicas para as concessões de rádio e TV e regulamentou programações ao vivo (MATTOS, 2010).

Ainda sobre a década de 1960, Jambeiro (2002) a classificou como a da separação definitiva entre o rádio e a televisão. Segundo o autor, teve início uma regionalização das emissoras de rádio, cuja linguagem e programação são direcionadas, preponderantemente, ao público de cada região e assim, o papel de veículo de massa, que pertencia ao rádio nas décadas de 1940 e 1950, passou a ser da TV.

¹² “Texto lido pelo apresentador, locutor ou repórter e coberto por imagens” (BISTANE; BACELAR, 2008, p. 135).

2) Fase Popular (1964-1975): a indústria televisiva crescia rapidamente e os programas de auditório dominavam as emissoras, com programas de humor e música, atraindo grande audiência e ganhando alta repercussão entre o público. Percebe-se ali a influência do circo sobre a TV, que é vista não apenas pela presença dos palhaços ou do homem de auditório que brinca com os presentes, mas também pelo estilo circense de alguns animadores, como Bolinha, Chacrinha, Dercy Gonçalves e Silvio Santos (MATTOS, 2010).

Apesar de a televisão ter caído no gosto do público, os anos 1960 foram de mais chumbo do que flores. O Golpe que depôs o então presidente João Goulart¹³, em 1964, e iniciou a Ditadura Militar¹⁴ no Brasil, trouxe 21 anos de censura aos veículos de comunicação e ausência de democracia. Na visão dos militares, a imprensa deveria seguir as políticas que apoiassem os interesses da doutrina do regime, como de forte nacionalismo, “elevant o nível do desenvolvimento capitalista e construir um sistema político baseado na ordem pública e no desenvolvimento econômico” (JAMBEIRO, p. 75, 2002). Sobre a TV, as exigências eram que as emissoras deveriam se limitar a programas considerados educativos e apoiar a integração nacional.

Com a publicação do Ato Institucional nº 5 (AI-5)¹⁵, em 1968, o então presidente Arthur da Costa e Silva¹⁶ proibiu a veiculação de matérias consideradas “ofensivas à moral e aos bons costumes”, ou seja, que iam contra os interesses do regime. A censura atingiu diversos artistas e programas de todos os gêneros, que foram obrigados a sair do ar.

Paralelamente, Mattos (2010) cita a contribuição dos primeiros governos militares à imprensa e quanto ao desenvolvimento dos meios de comunicação de massa. De acordo com o autor, ocorreu a regulamentação de emissoras e o estabelecimento de leis e agências. “Foram instalados satélites terrestres, ampliado

¹³ Natural de São Borja-RS, João Goulart (1919-1976) foi o 24º Presidente do Brasil (1961-1964) e último antes do Golpe Militar de 1964 (SCHMIDT, 2016).

¹⁴ Período, de 1964 a 1985, marcado pela opressão, censura à imprensa, às liberdades da população e perseguição às instituições democráticas e pessoas que se opunham ao regime (REZENDE, 2013).

¹⁵ Decreto lei que dava poderes ao Presidente para cassar e encarcerar veículos ou civis que não fossem ao encontro dos interesses da Ditadura (SCHMIDT, 2016).

¹⁶ Gaúcho de Taquari, Artur da Costa e Silva (1899-1969) foi o 26º Presidente do Brasil (1967-1969) e um dos mais severos militares a ocupar a Presidência (SCHMIDT, 2016).

o sistema telefônico e a implantação de linhas micro-ondas, possibilitando uma ótima transmissão de TV em todo o território nacional (MATTOS, 2010, p. 90)”.

A partir de 1964, Mattos (2010) também observa um acréscimo no número de televisores fabricados no Brasil, aumentando 24,1% daquele ano até 1979. Este aumento foi possibilitado pela abertura de linhas de crédito do governo federal, que permitia parcelar a compra em 12, 24 ou até 36 vezes. O final dos anos 1960 e o início da década de 1970 foram marcados pela industrialização na produção de TVs, que passam a ser atividade comercial e industrial, incentivando a expansão do produto para além do centro do país.

Mas o apoio do governo militar às emissoras não foi um ato de bondade. Machado (2002) salienta que esses investimentos custaram o controle de suas emissoras pelos militares, que passavam a utilizá-las de acordo com sua conveniência. Jambeiro (2002) frisa que os meios de comunicação eram fundamentais para a propagação da doutrina do governo ditatorial. O autor ainda pondera que o Estado atingiu seu nível mais profundo de intervenção nos meios de comunicação e, por conseguinte, na sociedade.

Esse período também foi marcado pela criação da TV Globo, em 26 de abril de 1965. A fundação da emissora global foi muito além da simples instalação de um veículo, mas sim, marcou o início do maior império de comunicação da história do Brasil, surgido de uma parceria nada inocente entre a Globo e a empresa estadunidense *Timelife*. Os dois assuntos serão abordados com mais detalhes, adiante.

Também nessa segunda fase do desenvolvimento da televisão brasileira, aconteceu a primeira transmissão oficial em cores, durante um desfile da Festa Nacional da Uva, na cidade de Caxias do Sul-RS. O evento foi transmitido para todo o país pela TV Difusora, de Porto Alegre (hoje TV Band) e exibido por outras emissoras (GILVAN ARAÚJO, 2017).

3) Fase do Desenvolvimento Tecnológico (1975-1985): Em 1978, o Governo Federal revogou o AI-5 e a censura mais rígida sobre os meios de comunicação teve fim. Estes marcos são o embrião da fase que se explica a seguir.

Após o período de competição com o rádio e o meio impresso, a televisão passou a ser, inquestionavelmente, a mais importante e ampla fonte de informação

do país. Nessa fase ocorreu uma maior profissionalização das emissoras, que passaram a produzir seus próprios programas e variar suas grades de programação.

[...] ela tornou-se um forte meio de divulgação de ideias, padrões de comportamento, valores morais, políticos e culturais e uma apoiadora do sistema produtivo, através, principalmente, da publicidade e do *merchandising* aplicado, sobretudo, às novelas (JAMBEIRO, p. 103, 2002, grifo do autor).

Mattos (2010) relaciona o crescimento da TV brasileira ao número de residências equipadas com televisores. “O censo nacional de 1980 constatou que 55% de um total de 26,4 milhões de residências já estavam equipadas com aparelhos de TV” (MATTOS, 2010, p.112-113). O autor ainda compara essa ascensão da TV com o declínio do cinema e do teatro. Mas não se pode deixar de abordar a relevância que o televisor ganhou nos lares, tornando-se um artigo de luxo, interferindo, até mesmo na disposição dos móveis – com a TV em lugar central e de destaque nas residências, como discorre Marcondes Filho (1999).

Nessa fase, o empresário e apresentador Silvio Santos criou o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), iniciando suas transmissões em agosto de 1981 (MATTOS, 2010). Dois anos depois, entrou no ar a Rede Manchete. Já a TV Globo se estabilizou como maior rede de emissoras do país. Gilvan Araújo (2017) comenta sobre o que Roberto Marinho chamou de “Padrão Globo de Qualidade”. De acordo com o autor, esse novo padrão “se traduzia em maior utilização dos programas gravados e redução de produções ao vivo. A construção permitia imprimir efeitos de voz em *off*, recursos gráficos, ritmo mais dinâmico e corrigir erros” (GILVAN ARAÚJO, 2017, p.43).

Contudo, essas mudanças foram atreladas à redução do improviso e do inesperado. Essa também era uma forma de não ser atingido pela censura dos militares, que mesmo após o fim do AI-5, seguiam fiscalizando as grades de programação das emissoras e impediam a veiculação de programas, entrevistas e reportagens que não fossem ao encontro de seus propósitos.

Mattos (2010) elenca um aspecto em comum entre essas três primeiras fases da história da televisão no Brasil. Segundo ele, o que se viu foi uma forte presença da publicidade e do governo nas emissoras, influenciando de forma direta ou indireta. Essa publicidade, que ao longo da Ditadura Militar muitas vezes se originava do

próprio governo, fez com que a TV se tornasse o principal “canhão publicitário” do país.

O que se pode refletir é que nesses 35 anos iniciais da TV no Brasil, o papel do Governo foi indispensável para o desenvolvimento e para a popularização do novo veículo audiovisual. Nessas três fases, as emissoras puderam amadurecer não só como empresas, mas jornalisticamente falando. Por outro lado, foi preciso se submeter a uma série de restrições e censuras impostas pelo governo ditatorial; logo, se questiona até que ponto essa submissão em troca de vantagens pode ser digna e valorosa a médio e longo prazos.

4) Fase da transição e da expansão internacional (1985-1990): o fim da Ditadura Militar e o início da Nova República¹⁷ principiaram uma nova fase para a televisão. A promulgação da Constituição Federal de 1988 vedou qualquer tipo de censura. As emissoras de TV transmitiram, quase que em tempo real, os 39 dias de agonia do presidente Tancredo Neves, primeiro presidente civil eleito pelo voto indireto pós-Ditadura, que, doente, morreu antes de assumir o cargo, além do movimento popular Diretas Já¹⁸ e suas repercussões.

Mesmo com a Nova República, a televisão enfrentou problemas de credibilidade durante os anos 1980, sobretudo, o Jornal Nacional. Um deles, conforme explicam Bistane e Bacellar (2005), foi o início discreto da cobertura dos comícios das Diretas Já, que apenas ganhou nota nos jornais locais de Rio de Janeiro e de São Paulo (RJTV e SPTV). Já durante a noite, no Jornal Nacional, a edição deu a entender que o movimento fazia parte das comemorações do aniversário de 430 anos da cidade de São Paulo, que de fato, também ocorria naquela mesma data.

Kneipp (2008, p. 68) corrobora com as autoras: “[...] o que foi ressaltado na matéria foi o aniversário da cidade e não o movimento pelas diretas, que estava em curso em todo o país”. Esse fato é reafirmado na chamada da matéria, retirada do site Memória Globo: “Festa em São Paulo. A cidade comemorou seus 430 anos com mais

¹⁷ Nova República é como ficou conhecido o período posterior ao regime militar (1964-1985) no Brasil e foi marcado pelas eleições diretas para Presidente da República. Disponível em: <<https://www.estudopratico.com.br/nova-republica-inicio-eleicoes-diretas-epresidentes>>. Acesso em: 28 de abril de 2020

¹⁸ Movimento surgido no Brasil em 1984 em apoio à emenda constitucional que previu o restabelecimento das eleições diretas para Presidente da República (MEMÓRIA GLOBO, 2004).

de 500 solenidades. A maior foi um comício na Praça da Sé.” Boni (2000)¹⁹, em depoimento ao Memória Globo, justifica a decisão editorial por uma pressão exercida pelos militares a Roberto Marinho, à época, presidente do Grupo Globo. “[...] foi uma pressão intensa em cima do Dr. Roberto e foi uma frustração pra mim e para a equipe de jornalismo”.

Outro equívoco foi o debate promovido entre os candidatos à Presidência da República nas eleições de 1989, entre Fernando Collor de Mello (PRN) e Luiz Inácio “Lula” da Silva (PT). Na época, os debates não eram transmitidos ao vivo e Kneipp (2008) salienta que o que foi exibido mostrava um nítido favorecimento a Collor nas edições do Jornal Hoje²⁰ e do Jornal Nacional. Além disso, o candidato do PRN teve um minuto e meio a mais de fala na edição exibida pela emissora.

Os dois exemplos, mostrados nos parágrafos anteriores, demonstram que embora a censura e a influência militar tivessem acabado, a interferência do Governo nas emissoras – e das emissoras nos governos – ainda existia. Mattos (2010) aponta que assim como a Ditadura utilizou os veículos de comunicação para impor respeito à população, a Nova República também usou os veículos de comunicação para adquirir respaldo público.

Observa-se, nessa quarta fase de desenvolvimento da televisão brasileira, o aumento da competitividade entre as empresas, uma espécie de guerra fria por audiência, inovação, tecnologia, (muito) dinheiro e, ao mesmo, a busca de visibilidade ainda maior no mercado internacional (MATTOS, 2010). Essa corrida garantiu uma evolução na maturidade técnica das emissoras, que passaram a apostar mais em produções próprias, abrindo mão de programas estrangeiros.

5) Globalização e TV paga (1990-2000): o desenvolvimento em contínua e larga escala foi intensificado na última década do século XX, com o país entrando em constante processo de modernização. Conforme explica Mattos (2010), a realidade da época fez com que começassem a surgir bases para a televisão por assinatura e

¹⁹ MEMÓRIA GLOBO. Depoimento em vídeo de José Bonifácio de Oliveira (Boni). Memória Globo - Diretas Já. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja/> > Acesso em: 01 de maio de 2020.

²⁰ Telejornal da Rede Globo criado em 1971. Inicialmente era direcionado ao público feminino, com ênfase em matérias de cultura e comportamento. Com 40 minutos de duração, o Jornal Hoje vai ao ar de segunda a sábado, entre 13h20 e 14h./ Disponível em: < <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-hoje/> >. Acesso em 01 de maio de 2020.

para a TV segmentada; de acordo com Bolaños e Mendonça (p. 03, 1999), ambas “[...] têm como característica fundamental a venda ao público assinante de uma programação, o que os diferencia da chamada TV de massa”.

Santaella (2003) é outra autora que aborda os anos 1990 como do início da globalização. Ela destaca que, a partir dessa década, os espectadores passaram também a ser usuários, muito por consequência da cultura das mídias, que consiste em uma transição da cultura das massas para a cultura digital, representando um hibridismo midiático, ou seja, a fusão de diferentes mídias. Em obra anterior, Santaella (1992) definiu cultura das mídias apenas como uma cultura própria das massas, já que não havia a internet para dividir a atenção do público. Entretanto, a autora já analisava a mudança da relação televisor-receptor para uma comunicação interativa.

A década também foi da popularização dos videocassetes²¹, que segundo Mattos (2010), abriram espaço às produções independentes e também, propiciaram que o cinema saísse das “telonas” e migrasse para as “telinhas” (televisão), proporcionando que as pessoas assistissem filmes em casa, suscitando maior liberdade ao telespectador, no sentido de ter mais opções do que assistir.

O surgimento desses novos canais e formas de se relacionar exigiu que as emissoras alterassem suas grades de programação, tornassem seus programas mais atrativos e que também interagissem com o telespectador. Um exemplo nesse sentido é o programa “Você Decide”, estreado em 1992, na Rede Globo. Nele, o público era convidado a participar, decidindo através de ligações telefônicas, ao vivo, qual seria o desfecho das histórias polêmicas mostradas no programa (MATTOS, 2010).

Por outro lado, Gilvan Araújo (2017) e Mattos (2010) convergem na ideia de que esse período também foi marcado por uma queda na qualidade da programação, principalmente com a erotização dos programas e a objetificação do corpo feminino. Os autores dão o exemplo do quadro “Sushi Erótico”, do Programa Domingão do Faustão²², em que uma mulher nua, coberta por *sushis*, era apresentada no palco do

²¹ O videocassete (VHS) é um gravador capaz de gravar e reproduzir imagens registradas em fitas magnéticas inseridas em caixas plásticas, chamada de cassetes, e de fácil manuseio. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/caderno-g/cinema/a-ultima-sessao-de-vhs-o-fim-do-videocassete-enterra-uma-era-de-ouro-da-cultura-moderna-3nn43ri8djwcdru497pj04j/>> Acesso: 01 de maio de 2020.

²² Principal programa de auditório da Rede Globo. Reúne apresentações musicais, quadros com famosos, entrevistas e humor. Estreou em 1989 e até hoje é apresentado por Fausto Silva. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/auditorio-e-variedades/domingao-do-faustao/>> Acesso em: 14 de agosto de 2020.

programa, enquanto atores da emissora global provavam da especiaria, revelando, aos poucos, a nudez da modelo.

Outro ponto destacado, agora no telejornalismo, foi o que os autores chamaram de “carnavalização” da tragédia, com as coberturas com certa dose de sensacionalismo, das mortes do piloto de Fórmula 1 Ayrton Senna²³, em 1994, e do cantor sertanejo Leandro²⁴, da dupla Leandro & Leonardo, quatro anos depois. Segundo Mattos (2017), o velório de Leandro, transmitido ao vivo na Rede Globo, chegou a ter mais audiência do que a final da Copa do Mundo de Futebol daquele ano, que teve a presença da Seleção Brasileira na partida. Ele compara o episódio à morte da Tancredo Neves, já citada nesta monografia, quando a imprensa acampou durante 40 dias em frente ao Instituto do Coração de São Paulo, onde o então presidente estava internado.

6) Convergência e qualidade digital (2000-2010): o século XXI e o terceiro milênio chegaram e os televisores sofreram mudanças, não apenas na estética, com o gradual fim das TVs de tubo e a chegada das TVs de tela plana, mas pela instalação de dispositivos nos aparelhos que permitem a gravação de programas inteiros através de botões nos controles remotos. Progresso, também, na qualidade da imagem. Em 2003, deu-se início a um longo processo de mudança do sinal analógico de televisão para o digital, que ainda está ocorrendo, com previsão de término para 2023²⁵.

Nessa fase, o desenvolvimento tecnológico já afetava diretamente a vida e os costumes das pessoas. Balogh (2001) observa que o avanço das tecnologias alterou a lógica de relacionamento entre homem máquina. Isso se deu pelo início da convergência entre TV e internet²⁶. Jenkins (2008) conceitua convergência como as

²³ “Morre aos 34 anos, Ayrton Senna, tricampeão mundial de Fórmula 1”. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/5/02/caderno_especial/1.html>. Acesso em: 01 de maio de 2020.

²⁴ “Cantor Leandro morre em São Paulo aos 36 anos”. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/fof/cult/ult230698018.htm>>: Acesso em: 01 de maio de 2020.

²⁵ “Primeira fase de implantação do sinal de TV digital termina em janeiro”. Disponível em: <<https://agenciabrasil.etc.com.br/economia/noticia/2018-12/primeira-fase-de-implantacao-do-sinal-detv-digital-termina-em-janeiro>> Acesso em: 12 de maio de 2020.

²⁶ “Para Castells (2003), o projeto de 1969 da Advanced Research Projects Agency (ARPA), chamado ARPAnet, pode ser considerado o marco zero da constituição da internet. A partir dos anos 1980, com o desenvolvimento da tecnologia e da capacidade de conexão entre redes diferentes, o sistema se expandiu para o uso acadêmico. No início de 1990 o cientista inglês Tim Berners-Lee desenvolveu, na Suíça, a World Wide Web (WWW), que é uma das formas de utilização da rede, um espaço que permite a troca de informações multimídia através da

transformações culturais e sociais nos meios de comunicação, dentre elas, a relação produtor-consumidor (o tema da convergência será explorado com mais profundidade no Capítulo 3 desta monografia).

Na primeira década dos anos 2000, a TV se segmentou cada vez mais, com canais específicos para determinadas faixas etárias, gêneros e grupos étnicos. Moura e Miranda²⁷ (2016) diagnosticam que o telespectador vem mudando seu tipo de consumo, participando mais da programação através do envio de vídeos ou mensagens para programas de variedades e *realities shows*. “O controle remoto, os sites dos programas de entretenimento ou jornalísticos, o advento da mensagem via celular, ligações para responder a enquetes ou jogos vem mudando o perfil do telespectador” (MOURA; MIRANDA, 2016, p. 42).

7) Interatividade, mobilidade e portabilidade: a partir de 2011 até 2020, ano em que esta monografia foi produzida, as tecnologias e a internet se consolidaram em nosso dia a dia, possibilitando um ambiente de convergência midiática, onde, por dela, pode-se armazenar e redistribuir conteúdo de áudio, imagem e vídeo. Atualmente, quase 70% dos domicílios do país têm acesso à internet²⁸, o que representa 126,9 milhões de brasileiros que acessam a rede online regularmente, dando origem a um novo tipo de consumidor, caracterizado por assistir TV e navegar pela internet, onde, inclusive, assiste programas de TV, faz downloads de filmes e séries, escuta rádio e lê notícias online.

No cenário da convergência, que foi ampliado no capítulo 3 desta monografia, Mattos (2010) discorre sobre o telespectador assumir uma postura mais ativa, por meio do aumento do seu poder de interação, sendo fonte, receptor e transmissor, simultaneamente. Há dez anos, Mattos (2010) projetou que o celular se consolidaria como uma ferramenta para que as pessoas assistissem televisão. Na sua

estrutura da internet. Com o aumento de usuários, a internet foi transferida para a administração de instituições não governamentais, que se encarregam de estabelecer padrões de infraestrutura. No Brasil, as primeiras iniciativas para disponibilizar a internet ao público em geral começaram em 1996” (CASTELLS apud ALBA, 2018, p. 62, grifos da autora).

27

REVISTA MEDIAÇÃO. Belo Horizonte: Universidade FUMEC, v. 18, nº 23, p. 41-49, jul./dez. 2016. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/4146/pdf_1> Acesso em: 12 maio 2020.

28 “Mais de 60% dos domicílios têm acesso à internet no Brasil, aponta pesquisa”. Disponível em: <https://jornaldebrasil.com.br/brasil/mais-de-60-dos-domicilios-tem-acesso-a-internet-no-brasil-aponta-pesquisa/> Acesso em: 15 de agosto de 2020.

perspectiva, isso permitiria que a TV aberta e a indústria do entretenimento ganhassem novas alternativas de receita.

Luciana Araújo (2016, p.03) pontua que essa fase “[...] é a da passagem da era do conteúdo para a era do contexto, na qual o consumo de um mesmo conteúdo pode ocorrer em diferentes locais, caracterizando um momento único de acordo com o contexto”. A autora ainda destaca que é o período em que o espectador mais consome notícias, programas e filmes, não apenas pela televisão, mas principalmente através de *tablets* e *smartphones*, que são os computadores e celulares inteligentes, usufruindo desses conteúdos na hora e pelo tempo que quiserem.

A mudança no formato dos aparelhos televisores e a passagem para a era digital, para Garcia (2016), contribuíram para promover a diversidade cultural do país, oportunizar a inclusão social e valorizar a Língua Portuguesa. Na ótica deste pesquisador, o acesso à tecnologia contribuiu para os pontos apresentados por Garcia (2016), mas ainda se vive um processo de democratização da informação, ou seja, embora 70% dos domicílios tenham acesso à internet, outros milhões não possuem, apresentando outras carências ainda maiores do que essa.

2.1.1 Chatô: o Rei do Brasil

Francisco Antônio de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello nasceu no município de Umbuzeiro, no agreste da Paraíba, em 04 de outubro de 1892, dia de São Francisco de Assis, santo ao qual a mãe era devota; daí surgiu o nome do segundo filho do jovem casal Francisco José e Maria Carmen. Já o sobrenome, Chateaubriand, algo perto do impronunciável para a maioria da população local, veio de um gosto do avô paterno pelo pensador francês François René Chateaubriand (MORAIS, 1994).

Três anos depois do nascimento de Chateaubriand, a família se mudou para a capital de Pernambuco, Recife. A infância de Chatô, como seria popularmente conhecido anos depois, foi difícil, embora não tenha sofrido de fome ou pobreza extrema, algo comum no sertão nordestino no fim do século XIX. Ele tinha dificuldades de se relacionar e fazer amigos. Segundo Moraes (1994), biógrafo oficial do jornalista, Chatô era muito magro, feio e sofria de gagueira, o que contribuiu para que fosse analfabeto até os 12 anos de idade.

Como a beleza e a dicção não estavam a seu favor, Assis Chateaubriand se debruçou nos livros escolares e conseguiu se formar na Faculdade de Direito de Recife. Naquele período, já havia trabalhado como redator nos impressos Gazeta do Norte e nos tradicionais O Pernambuco e Diário de Recife.

Em 1924, Chateaubriand comprou o impresso O Jornal. A aquisição marcou o início do que Paternostro (1999) chamou de primeiro império de comunicação do Brasil. Nos anos que se passaram, foi adquirindo veículos de imprensa, sendo reconhecido na “alta classe” da sociedade e também no meio político. Casou-se, em 1926, com Maria Henrique Barbosa do Amaral, com quem teve três filhos, mas o matrimônio durou pouco e o casal se desquitou em 1930. Três anos depois, Chatô conheceu a jovem Corita, com quem teve uma filha, mas o enlace também não foi adiante. O empresário jamais teve um bom relacionamento com os filhos, somando uma série de escândalos e polêmicas ao longo da vida (MORAIS, 1994).

Em 1950, já beirando os 60 anos de idade, Assis Chateaubriand era dono do Diários e Emissoras Associadas, companhia de incorporava os principais jornais e revistas do país (Diário da Noite, Diário de São Paulo e O Cruzeiro), além da Rádio Tupi (PATERNOSTRO, 1999). Mas a ousadia do empresário o fez ir além. Uma viagem a Nova York, em 1947, levou-o a conhecer o que chamou de oitava maravilha do mundo, a televisão. Quando retornou ao Brasil, investiu na articulação para importar a novíssima tecnologia ao país. “Os nossos inimigos que se preparem: se só com rádios e jornais os Associados já tiram o sono deles, imaginem quando tivermos na mão um instrumento mágico como a televisão!” (MORAIS, 1994, p. 237).

Não é novidade nesta monografia que o 18 de setembro de 1950 marcou o início da televisão do Brasil. Mas Moraes (1994) vai além disso e destaca o investimento de Chatô e do Governo Federal, à época sob o comando do general Eurico Gaspar Dutra²⁹, para materializar este acontecimento. O autor revela que foram gastos cerca de cinco milhões de dólares, entre documentação e toneladas de equipamentos importados dos Estados Unidos.

O sucesso da implantação da PRF-3 TV Tupi só fez aumentar o prestígio e a fortuna de Assis Chateaubriand. Martins e Luca (2008) repercutem que em poucos anos depois, o Diários Associados já contava com 90 empresas incorporadas, sendo

²⁹ Eurico Gaspar Dutra (1883-1974) era natural de Cuiabá-MT e foi o 16º o presidente do Brasil (1946-1951). Seu governo antecedeu o retorno de Getúlio Vargas à Presidência da República (SCHMIDT, 2016).

nove emissoras de TV e 28 de rádio, sendo algumas delas existentes até os dias de hoje.

Com forte influência política, Chatô utilizou seus veículos de imprensa para promover, por meio da publicidade, o retorno de Getúlio Vargas ao Palácio do Catete, o que ocorreu em 1951, e sob o apoio das massas. Chatô foi senador da República por oito anos e com o suicídio de Vargas, em agosto de 1954, assumiu a cadeira do ex-presidente na Academia Brasileira de Letras (ABL). Após deixar o Senado Federal, foi nomeado embaixador do Brasil no Reino Unido.

Em 1960, já de volta ao Brasil, Chateaubriand sofreu um acidente vascular cerebral (AVC), que o deixou paraplégico e comprometeu sua fala. Segundo Moraes (1994), a saúde comprometida não distanciou Chatô de sua vida pública. Assis Chateaubriand morreu em 04 de abril de 1968, aos 75 anos. Todas suas histórias não caberiam neste subcapítulo, mas acredite, Chatô foi polêmico até mesmo em seu velório. Moraes (1994) relata que durante a cerimônia fúnebre, três quadros foram pendurados na parede que ficava na cabeceira do empresário falecido.

No centro da parede, bem em cima da cabeça do morto, vai a Banhista com o cão grifo, de Renoir, um nu de pouco menos de dois metros de altura: expondo generosos seios descobertos, a banhista cobre levemente o sexo com a mão esquerda, tendo na direita o manto que se espalha sobre o chão, onde o cão está deitado. À esquerda e um pouco mais abaixo da Banhista, Bardi manda os operários pendurarem um quadro de Ticiano, Retrato do cardeal Cristóforo Madruzzo - o organizador do Concílio de Trento -, e do outro lado, na mesma altura deste, também com quase dois metros de altura, outro purpurado: é o esplendoroso retrato de corpo inteiro de d. Juan Antônio Litrente, secretário da Inquisição espanhola, pintado por Goya (MORAIS, 1994, p. 420-421).

O autor completa que a partir do fato, o corpo inerte de Chateaubriand já não era mais a “atração” do velório. Todos os olhos e comentários se voltavam aos quadros. Conforme explica Moraes (1994), as obras personificaram as três coisas que Chatô mais amou na vida: o poder, a arte e a mulher pelada. Limitando-se a analisar seu papel como precursor da televisão no Brasil, é inegável sua importância e contribuições, que mudaram a imprensa para sempre. O legado de Chatô perdura até hoje, por isso, costumam chamá-lo de Rei do Brasil.

2.2 EU TENHO O PODER: A HISTÓRIA DA REDE GLOBO

A criação da Rede Globo de Televisão passa, necessariamente, pela trajetória de Roberto Marinho³⁰. Primeiro dos cinco filhos de Francisca de Barros Marinho e Irineu Marinho, em 1931, aos 26 anos de idade, Roberto herdou a direção do Jornal O Globo, fundado por seu pai, falecido seis anos antes. O periódico foi o ponto de partida para a materialização das Organizações Globo, atualmente, o maior conglomerado de mídias do país. Com o transcorrer dos anos, Roberto Marinho foi ampliando sua cadeia de emissoras, passando pela fundação da Rádio Globo, em 1944 e da TV Globo, em 1965. Roberto Marinho morreu em 2003, aos 98 anos.

Tudo começou com o decreto presidencial 42.946, de 12 de dezembro de 1957, onde o então presidente Juscelino Kubitschek³¹ autorizou a concessão para que a Rádio Globo operasse uma emissora de televisão (PATERNOSTRO, 1999). Em 26 de abril de 1965, a TV Globo, canal 4, entrou em operação para nunca mais sair.

O sucesso da recém-criada emissora foi atribuído por Brittos e Bolaño (2005) a três fatores: o declínio das TVs Tupi e Excelsior, o apoio à Ditadura Militar e um acordo financeiro e operacional com a empresa estadunidense *Timelife*. Na obra *História Secreta da Rede Globo*, o autor Daniel Hertz (1991) detalha essa parceria entre a TV Globo e a *Timelife*. O referido acordo foi assinado em 1962 e consistiu em um convênio de assistência técnica entre as empresas.

Segundo Hertz (1991), dois contratos foram firmados: um deles previa a assistência técnica da *Timelife* à Globo, além da aquisição de filmes norte-americanos, instalação de administração moderna e novas habilidades de programação para fazer frente à concorrência. Já no segundo contrato, as vantagens davam lugar às exigências. A Globo se comprometia, além de colocar a emissora em operação, a construir um prédio que deveria estar concluído até julho de 1963, além de repassar 30% dos seus lucros à *Timelife*. Além disso, a *Timelife* poderia visitar e inspecionar qualquer uma das propriedades da TV Globo quando bem entendesse.

³⁰ Roberto Marinho – Perfil completo. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/perfil/roberto-marinho/perfil-completo/>> Acesso em: 19 de agosto de 2020.

³¹ Juscelino Kubitschek (1902-1976) nasceu na cidade mineira de Diamantina e foi o 21º presidente do Brasil (1956-1961). Seu governo foi marcado pela construção e inauguração da cidade de Brasília (SCHMIDT, 2016).

Transações milionárias também fizeram parte do acordo. Segundo Jambeiro (2002), o equivalente a 3% da receita bruta da TV Globo foi pago especificamente pelo apoio técnico e treinamento da equipe. Por outro lado, a emissora brasileira teria recebido, no período de quatro anos, o equivalente a seis bilhões de dólares (cotação da época), o que garantiu uma sólida saúde financeira para a Globo, colocando-a em uma posição confortável para superar a concorrência com rapidez e facilidade (HERZ, 1991).

O acordo com a Time-Life foi fundamental nos primórdios da emissora por dois motivos: em primeiro lugar e acima de tudo porque significou um fluxo de capital indispensável para a implantação de uma televisão altamente competitiva e, em segundo lugar, o acordo de orientação técnica permitiu à Globo implantar um modelo de televisão comercial semelhante ao modelo americano mais avançado (BOLAÑO, p. 87, 1998).

Mas o crescimento rápido e desproporcional da TV Globo chamou a atenção de outros poderosos do Brasil, como alguns membros do Diários e Emissoras Associadas (MORAIS, 1994). O autor repercute que o presidente da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) e deputado federal, João Calmon, transformou o caso *Timelife* em uma violação da soberania brasileira, isso porque o acordo entre as empresas feria o artigo 160 da Constituição Federal de 1946, que vedava à participação de órgãos estrangeiros, a propriedade ou participação acionária em empresas de rádio e TV. O então governador do estado da Guanabara, Carlos Lacerda, se aliou às acusações.

A denúncia foi adiante e em outubro de 1965, foi aberta uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) no Congresso Nacional, assinada por 141 deputados, para investigar o caso. Diversos representantes das duas empresas foram ouvidos, inclusive o presidente da TV Globo, Roberto Marinho. Morais (1994) revela que durante o depoimento na CPI, Marinho revelou que não havia nada de secreto no acordo entre as duas empresas e que quando iniciaram as negociações, ele próprio havia enviado uma carta ao então presidente da República, Humberto Castelo Branco³², e a quatro de seus ministros.

As investigações e julgamentos levaram quase três anos. Em 1968, a CPI determinou que o conluio entre a Globo e a *Timelife* configurava uma atividade ilegal.

³² Humberto de Alencar Castelo Branco (1897-1967) foi o 26º Presidente do Brasil (1964-1967). Um dos articuladores do golpe militar de 1964, foi o primeiro chefe do Executivo Federal durante a Ditadura (SCHMIDT, 2016).

Entretanto, o Governo Militar deu à emissora global 90 dias para regularizar a situação antes de ser, de fato, condenada ou receber alguma punição. Àquela altura, a TV Globo não era mais dependente do grupo estadunidense, pois já estava financeiramente confortável, possuía tecnologia de ponta para a época e era a maior emissora do país, ou seja, a *Timelife* não era mais essencial. O contrato foi encerrado e os militares “perdoaram” a emissora brasileira, que conseguiu sair de uma enorme crise, ainda mais poderosa (HERZ, 1991).

A *Timelife* propiciou à Globo uma estrutura técnica e financeira para se consolidar e prosperar no mercado audiovisual. Sem falar que a emissora se beneficiou da crescente ascensão do capitalismo no Brasil, durante os anos 1960, além de outro ponto já abordado nesta monografia, que foram os benefícios recebidos pelo Governo Militar, em troca de apoio ao período ditatorial.

Com o passar dos anos, o crescimento da Globo foi constante. A expansão dos serviços para o mercado internacional, com a exportação de novelas e minisséries, e a multiplicação de filiais pelo Brasil transformou a TV Globo em Rede Globo de Televisão, aumentando o status da empresa (JAMBEIRO, 2002). O autor ainda repercute que a emissora global se beneficiou de crises financeiras enfrentadas por outras empresas, como a TV Tupi, para aumentar seu potencial publicitário.

A partir do surgimento da TV segmentada, a Globo não perdeu tempo e também investiu nesse mercado. Em 1991, apostou na ascensão do esporte com a fundação do *SporTV*, canal totalmente dedicado ao mundo esportivo. Já em 1996, a emissora criou a *Globo News*, primeiro canal brasileiro dedicado ao jornalismo 24 horas por dia (PATERNOSTRO, 1999).

Na segunda metade dos anos 1990, a Globo já contava com um site. Em 10 de setembro de 2001 (DUTRA, 2009), foi a vez do Jornal Nacional estreiar na internet com um portal próprio. Mas no dia seguinte, o site foi derrubado por conta do número de acessos simultâneos devido à queda das Torres Gêmeas, em Nova York. O fato, de acordo com Menezes e Pietrobelli (in MEMÓRIA GLOBO, 2019), fez a emissora repensar sua relação com o usuário.

Conforme explicam Menezes e Pietrobelli (in MEMÓRIA GLOBO, 2019), com o transcorrer dos anos o site foi se aprimorando, ganhando canais de interatividade, como, por exemplo, um fórum, onde os usuários podiam responder perguntas lançadas pelos editores da web, enquetes e até um “passeio virtual” pelo cenário do JN. A partir de 2008, a criação do portal G1 permitiu que as notícias de todos os

telejornais da Globo e principais afiliadas pudessem ser acessadas de um único lugar, inclusive com vídeos das edições. A Rede Globo também entrou no mercado dos serviços de *streaming* com a criação da *Globoplay*, em 2015, onde todos os produtos da emissora, incluindo novelas, séries, programas de entretenimento e informação podem ser assistidos, na íntegra, pelos assinantes.

De modo geral, este capítulo procurou abordar o desenvolvimento da televisão ao longo dos seus 70 anos de história, através da exposição das características, fatos marcantes e reflexões do pesquisador. Também se apresentou parte da biografia de Chatô, responsável pela chegada da TV ao Brasil. Falar de história da TV significa falar da Rede Globo. A partir disso, se discorreu sobre o surgimento da emissora, com destaque para o caso *Timelife* e posterior ascensão e transformações da emissora até os dias atuais.

O capítulo a seguir apresenta as categorias, gêneros e formatos da televisão brasileira, relacionando-os com o hibridismo, o infotenimento e a convergência das mídias. Ainda se abordam os conceitos e as características do telejornalismo e do gênero telejornal, bem como seus elementos e a história do surgimento do Jornal Nacional, objeto de estudo desta monografia.

3. TELEJORNALISMO E JORNAL NACIONAL: O OLHAR POR TRÁS DA NOTÍCIA

*“Em televisão é sempre melhor errar depressa, do que acertar devagar”³³.
(Walter Clark)*

O terceiro capítulo desta monografia introduz os estudos sobre o telejornalismo com a conceituação, caracterização e apresentação das categorias, gêneros e formatos existentes na televisão brasileira. Também se apresentam os significados hibridismo, infotenimento e convergência das mídias, analisando seus impactos na sociedade da informação.

Também se aborda o conceito de telejornalismo e telejornal, suas características, elementos e como se constitui um telejornal considerado de qualidade. Na sequência, se traça uma visão crítica sobre a televisão, a partir do papel do jornalista na sociedade atual.

Ainda faz parte deste capítulo, a apresentação da história do Jornal Nacional, objeto de estudo desta monografia, e o seu modo de produção e execução.

3.1 CATEGORIAS, GÊNEROS E FORMATOS DA TV BRASILEIRA

No mundo contemporâneo está cada vez mais comum classificar e dividir grupos de acordo com as semelhanças que os fazem pertencer a um mesmo nicho, e também pelas suas diferenças, que os deixam em blocos diferentes. É assim na biologia, na literatura, no cinema, entre as etnias e em outras inúmeras divisões e subdivisões feitas pelo homem ao longo do tempo. A televisão segue o mesmo caminho.

O autor José Aronchi de Souza, na obra “Gêneros e Formatos da Televisão Brasileira” (2004), dispõe que os programas de TV são divididos em categorias, que servem para classificar os gêneros contidos em cada uma delas. Souza (2004) define gênero como um conjunto de espécies que possuem características em comum. Para ele, essa classificação determina a forma de um conteúdo e acrescenta que o gênero está relacionado a aspectos históricos e culturais. Ele completa que essa divisão

³³ CLARK, Walter apud SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e Formatos da Televisão Brasileira**. São Paulo, 2015.

atende a uma necessidade de identificar um produto audiovisual, já que segundo Machado (2009), cada categoria pode replicar diversos gêneros.

Souza (2014) explica que os programas televisivos são classificados em cinco categorias, cada qual com seus gêneros diversos, mas que se assemelham em alguma propriedade, conforme mostrado a seguir:

a) Informação: nesta categoria são enquadrados todos os elementos relacionados ao jornalismo e à transmissão de notícias, como debates, documentários, entrevistas, painéis e telejornais;

b) Entretenimento: possui um caráter bastante variado, por isso, é a que apresenta o maior número de gêneros. Podem ser considerados produtos do gênero entretenimento, programas de auditório, culinária, desenhos animados, esporte, filmes, humor, realities shows, *talk shows* e novelas;

c) Educativo: como o próprio nome sugere, nesta categoria estão os programas educativos e que são ramificados em dois gêneros, o educativo e o instrutivo. De acordo com Giancesini e Golembiewski (2009), este tipo de programação se enquadra nos canais educativos ou então em horários de baixíssima audiência nas emissoras;

d) Publicidade: chamadas, filmes comerciais, inserções políticas, sorteios e telecompra estão inseridos nesta categoria. Como explicado na introdução desta monografia, a publicidade sempre teve papel importante para a sobrevivência das emissoras (MATTOS, 2010);

e) Outros: a categoria engloba especiais, programas religiosos, infantis e agrícolas. A produção de programas sobre eventos depende das oportunidades aproveitadas pelas emissoras de transformá-los em programas, podendo fazer com que um especial seja inserido em mais de um gênero.

Segundo Duarte e Castro (2007), os gêneros funcionam como estratégias de comunicabilidade para despertar o interesse do telespectador. Para Balogh (2001), essa tipologia representa uma ferramenta útil para delimitar o alcance de determinado processo e agilizar o reconhecimento e leitura de marcas estruturais próprias de cada gênero.

Uma forma de identificar um gênero é compreender o contexto em que ele está inserido. Isso pode ser feito a partir da identificação de como os programas organizam

ideias, recursos e as estratégias de apresentação para garantir o êxito da comunicação com o seu público (SOUZA, 2014). Ainda de acordo com o autor, a essas características gerais do programa dá-se o nome de formato, que consiste em aspectos da TV que, reunidos, formam um gênero.

Pode se fazer uma analogia, com as devidas diferenças, entre as espécies da Biologia e os formatos de televisão. Na Biologia, várias espécies constituem um gênero, e os gêneros agrupados formam uma classe. Em televisão, vários formatos constituem um gênero, e os gêneros agrupados formam uma categoria (SOUZA, 2014, p. 35).

Formato, de acordo com Duarte e Castro (2007), é o processo pelo qual passa um produto televisual desde sua concepção até sua formação, identificando a estrutura, forma e tipo de produção de determinado programa, como por exemplo, a escolha de cenário, linha temática, modalidade de transmissão, protagonistas, finalidade e tom, além de se relacionar com a estrutura comercial da emissora.

Os conceitos de categoria, gênero e formato estão intimamente ligados. Em se tratando dos telejornais, percebe-se que eles estão inseridos na categoria informação, portanto, a partir da identificação do gênero telejornal, identifica-se em que categoria ele se encontra. Ao mesmo tempo, a partir das considerações de Machado (2009), se constata que embora o telejornal esteja na categoria informação, suas reportagens podem variar quanto ao formato, pois, por mais conservador que o formato de um telejornal seja, ele é permeado por outros gêneros e até mesmo por outras categorias.

Partindo dessa discussão, chega-se à definição de hibridismo, que para Sousa (2012) é a junção de diferentes matizes culturais, oriundas da globalização que permitiu a fusão de diferentes conteúdos. A pesquisadora Karla Nery de Souza (2009) pontua que um processo de hibridização vem da necessidade de um elemento se unir a outro para tornar algo mais forte.

Recorrendo mais uma vez à Biologia, na história do mundo, espécies precisaram se fundir e gerar uma nova espécie para que conseguissem sobreviver na natureza. Comparativamente, as emissoras de televisão precisaram se unir e fazer parte da internet, para que um telespectador conectado continuasse acompanhando seus programas. Porém, Marchesini (2008) apud Souza (2009) atenta que hibridar-se não significa renúncia à sua identidade. Aliás, o surgimento dos produtos audiovisuais já pode ser considerado um processo de hibridização quando une, em um mesmo produto, áudio e imagem.

Um exemplo prático de hibridização é o infotainment, que em linhas gerais significa a união das categorias informação e entretenimento. O neologismo tem origem no inglês *infotainment* (formado pelas palavras *information* e *entertainment*) e emergiu durante a década de 1980, porém, só ganhou notoriedade no final dos anos 1990 (DEJAVITE, 2008). Por entretenimento, Souza (2004) entende como algo que desperta a curiosidade do telespectador, além de sua vontade de permanecer no canal.

O entretenimento é necessário para toda e qualquer ideia de produção, sem exceções. Todo programa deve entreter, senão não haverá audiência. Entreter não significa somente sorrir e cantar. Pode ser interessar, divertir, chocar, ou desafiar a audiência, mas despertando sua vontade de assistir. Isso é entretenimento (SOUZA, 2004, pág. 30).

De acordo com Dejavite (2008), o entretenimento pode ser visto através de uma ótica otimista, como possibilidade de crescimento do indivíduo, equilibrando sua personalidade e aliviando tensões, tornando-se algo útil às pessoas. Por outro lado, a autora apresenta uma visão pessimista, quando o entretenimento se coloca como objeto de manipulação do público, em prol de determinados interesses da emissora.

Com a expansão tecnológica, atualmente, milhões de lares brasileiros estão equipados com pelo menos um computador ou televisão inteligentes, que além de exibir a programação, permitem gravá-la e também dão acesso à internet. As alternativas que essas ferramentas apresentam são muitas: é possível trabalhar, estudar e se divertir. Com isso, ficou mais atrativo e até mesmo mais cômodo ficar em casa. Nessa ótica, Dejavite (2008) apresenta o entretenimento como um dos grandes valores da sociedade da informação.

Pode-se refletir que o entretenimento, necessariamente, precisa contribuir com o enriquecimento cultural do indivíduo. Mesmo que divirta, o que não é um problema, ele não pode alienar o seu telespectador, indiretamente incentivando-o a não pensar. As tecnologias vieram para agregar as pessoas, torná-las mais capacitadas em suas atividades, mas não para substituí-las integralmente ou eximi-las de suas responsabilidades e de seu senso crítico.

Dejavite (2008) observa que o entretenimento e a informação, historicamente, andaram em vias distintas, pois o entretenimento era visto pelo jornalismo como um subproduto ou uma via de distração. Porém, a partir dos fenômenos de hibridização e da convergência, essa junção não se fez apenas necessária como se tornou

inevitável, a partir do momento em que consumidor exige que uma notícia, ao mesmo tempo o informe, distraia e traga algum tipo de emoção.

Sempre coube ao jornalismo o papel de informar e de entreter, chamar a atenção. A proposta do jornalismo de infotainment é que uma matéria informe e tenha a capacidade de entreter e/ou prender a atenção do telespectador, seja através de imagens ou de uma nova linguagem, menos formal e mais coloquial (DEJAVITE, 2008). Com o entretenimento e o jornalismo sendo oferecidos, ao mesmo tempo e em uma mesma notícia, o resultado pode ser mais “leve”, indo ao encontro do desejo de público de relaxar em frente aos televisores ou dos computadores e smartphones.

A autora define essa informação mais leve como “notícia light”, que consiste em uma nova forma de receber ou transmitir informações de maneira mais ágil e com fácil entendimento. Dejavite (2008) discorre que este tipo de notícia provém de uma solicitação do consumidor de que determinada informação jornalística satisfaça seu interesse de se informar, mas ao mesmo tempo o distraia de sua realidade.

Reitera-se, por fim, que o infotainment não pretende deixar de se aliar aos padrões éticos e de seriedade praticados no jornalismo, mas propõe uma linguagem mais didática e leve. O que se considera a partir desse novo fazer jornalístico é que a essência da profissão não é alterada e o conteúdo, em si, não deixa de ser veiculado. Assim sendo, se conclui que o que muda não é a notícia, mas a forma como ela é apresentada.

A hibridização foi possibilitada por outro fenômeno chamado convergência das mídias, que dispõe sobre as transformações culturais e sociais nos meios de comunicação, dentre elas, a relação produtor-consumidor. Esse conceito é proposto por Henry Jenkins (2008), que define que esta união das mídias permite que o telespectador deixe de ser um agente sem direito de resposta, ou seja, possa interagir com o produto, muitas vezes motivado pelo próprio veículo, transformando culturalmente a forma de dar e receber notícias.

Jenkins (2008) ainda afirma que a convergência das mídias ocorre também nos cérebros dos consumidores, que deixam de ser passivos e passam a ser ativos, onde toda história pode ser importante e onde todos os consumidores podem ir à busca de suas preferências, assim como marcas e emissoras podem chegar ao seu público por diversas vias.

Nessa fase, os conteúdos fluem através de múltiplas plataformas de mídias, como a televisão, o rádio, os meios impressos, smartphones e a internet. Jenkins

(2008) salienta que na convergência todos os consumidores são cortejados por essas plataformas, toda história importante é contada e todas as marcas são vendidas, em um cruzamento entre as mídias alternativas e cooperativas. Compreende-se que a partir desse fenômeno todos passam a ser participantes, sendo necessário reconhecer o papel que cada um desempenha nesse novo panorama.

Santaella (2001) destaca que a troca de informações entre emissor/receptor é feita por meio de mensagens, seguindo as mais diferentes ordens, que podem ser audiovisuais, biológicas, corporais, culturais, linguísticas, sonoras, entre outras. A autora convida que se questione o que cada mensagem significa para o emissor e para o receptor e o modo com que elas são difundidas e transmitidas.

Fábia Dejavitte (2008) caracteriza essa fase de convergência como o início do que Castells (1999) chamou de sociedade da informação, ou seja, um grupo de usuários das novas tecnologias, dedicados ao saber científico, na prestação de serviços (por parte da imprensa) e no consumo (por parte desse consumidor multiplataformas). Esse novo tipo de consumidor também pode tornar-se produtor, se incorporar às redes sociais e até mesmo, competir (e compete) com os veículos tradicionais de comunicação.

3.2 TELEJORNALISMO: CARACTERÍSTICAS E ELEMENTOS

O surgimento da televisão possibilitou um novo meio para transmitir informações. Nesse contexto, criou-se o telejornalismo, que consiste no jornalismo praticado no ambiente de televisão. Desde o ano de 1963, através do decreto lei 52.795 as emissoras têm a obrigatoriedade de dedicar pelo menos 5% de sua programação aos noticiários (CURADO, 2002).

O primeiro telejornal surgido no Brasil foi o Imagens do Dia, que consistia em um locutor que fazia a leitura das notícias “frias”, ou seja, que não cativavam o público, pois eram desatualizadas e mediatizadas por imagens brutas, sem qualquer processo de edição (ARAÚJO, 2017). Kneipp (2008) discorre sobre a influência que os telejornais estadunidenses tiveram no Brasil, não apenas no formato, mas até mesmo no tradicional “boa noite” dos apresentadores que busca levar um tom de tranquilidade ao público.

Curado (2002) coloca o telejornal como um produto que tem a missão de esclarecer sobre os principais fatos do dia. Jambeiro (2002) acrescenta que os

telejornais são constituídos de notícias do dia que possuam interesse geral. Arlindo Machado (2009) explica que a estrutura tradicional de um telejornal consiste em um ou mais apresentadores que leem notícias ou enunciados que introduzem a entrada dos repórteres. Para Souza (2014), o programa apresenta características singulares, com matérias que enunciam fatos recentes.

Trazendo o telejornal para uma linguagem mais técnica, se recorre a Machado (2009), que o conceitua como uma mistura de imagem e som, composto por gravações, fotografias, gráficos, materiais de arquivo, texto e locução. “O telejornal, antes de mais nada, é o lugar onde se dão atos de enunciação a respeito dos eventos (MACHADO, 2009, p. 104).

Complementa-se que o formato telejornal é um dos mais resistentes da história da televisão, pois obedece praticamente aos mesmos moldes em qualquer lugar do mundo. Embora os telejornais ao redor do planeta tenham suas especificidades no que tange aos aspectos culturais e linguísticos, sua construção é a muito parecida, em que um ou dois jornalistas sentam em uma bancada, em frente às câmeras, com um cenário ao fundo, contendo algum recurso, gráfico ou visual, que situam ou contextualizam o que o apresentador está falando.

Gilvan Araújo (2017) elenca a objetividade como vital para que as informações de um telejornal sejam dadas de modo claro e direto, facilitando a compreensão. Paternostro (1999) pontua que em telejornalismo o texto é escrito tanto para ser falado pelo apresentador, quanto ouvido pelo telespectador. Embora esse telespectador, hoje, possa buscar pela notícia na internet ou até mesmo assistir novamente ao telejornal nas plataformas digitais, essas ferramentas não tiram a responsabilidade do apresentador de fazer com que o público entenda o que ele está falando. Curado (2002) diz que a comunicação pela TV exige a instantaneidade da compreensão.

Ainda sobre a linguagem dos telejornais, Armando Nogueira (in MEMÓRIA GLOBO, 2019), um dos criadores do Jornal Nacional, cita que o texto em televisão precisa seguir a ordem direta (sujeito-verbo-complemento) e ter orações enxutas. A respeito das exibições de imagens, Nogueira (in MEMÓRIA GLOBO, 2019, p. 36) ressalta a necessidade de se adequá-las aos textos, para que “a imagem mostre e a fala esclareça”. Partindo dessa premissa, se observa que quando um texto jornalístico é apresentado sem imagens, é preciso fazer com que o texto permita “visualizar” a informação, com a inserção de artes, como quadros, gráficos e selos, usados de maneira direta, didática e eficiente.

Andrade (in MEMÓRIA GLOBO, 2019) corrobora com Nogueira ao ponderar sobre a conexão entre texto e imagem. Ele acrescenta que não se pode exigir do público um pensamento abstrato, como se o telespectador precisasse subentender o que o apresentador está falando, e ao mesmo tempo, não apresentar um texto explicativo demais, o que acarretaria na perda do ritmo do telejornal e em um cansaço de parte de quem o acompanha. Entende-se que esse pensamento pode se aplicar até os dias de hoje, onde tudo precisa ser instantâneo e bem formulado, porque cada vez mais os usuários dos meios de comunicação têm “pressa” pela notícia.

Bistane e Bacellar (2005) também discorrem sobre o compromisso do telejornal de ser factual, ou seja, de dar as informações que aconteceram naquele dia. Mas o compromisso de ser factual é um desafio para a televisão, que compete com o próprio rádio, e hoje, com a internet. As autoras salientam que os telejornais noturnos, por exemplo, têm a missão de dar notícias que começaram a se desenrolar bem antes do início da edição.

Para não ser repetitivo em um telejornal, é preciso avançar nas notícias, apresentar dados que levem a um maior entendimento sobre as informações e fornecer ferramentas que levem a população a adquirir um senso crítico (BISTANE; BACELLAR, 2005). Esse avanço é necessário porque muitas das informações já chegaram aos telespectadores durante a manhã ou à tarde, portanto, para que ela não seja “mais do mesmo” é preciso que a notícia traga um diferencial, que acrescente um dado, traga opiniões ou desdobramentos.

Essa gama de opções relacionada ao que assistir na TV, de acordo com Sarlo (1997), garante mais liberdade ao telespectador; uma liberdade de escolha que não resulta apenas do avanço da tecnologia, mas também do desenvolvimento do próprio público, que passou a estabelecer relações de poder com a televisão, sendo ele o tomador de decisões sobre o que assistir ou não. Essa independência foi provocada, inicialmente, por um fenômeno que recebeu o nome de zapping. Andrelo³⁴ (2006) define zapping e o ato de zapear, como o exercício que o telespectador adquiriu de mudar de canal frequentemente, sob qualquer pretexto, a partir da popularização do controle remoto no Brasil, durante os anos 1990.

³⁴ A televisão e a prática do zapping: interatividade com a audiência. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37560> > Acesso em: 14 de maio de 2020.

A autora busca diagnosticar este fenômeno partindo do desinteresse do público por comerciais, além do baixo nível de determinados programas ou o simples prazer de mudar de canal. Outro fator foi o surgimento da TV segmentada na última década do século XX, que proporcionou uma variedade ainda maior de canais, justificando, inclusive, a utilização do controle remoto. “O controle remoto fez com que os telespectadores não só deixassem de ser fiéis a um único canal, mas também parassem de assistir a programas inteiros” (ANDRELO, 2006, p. 28).

Machado (2001, p. 03) aponta que os programas de TV são interrompidos a todo o momento por comerciais. “A programação de televisão, mesmo a de caráter narrativo, é seriada, fragmentada, interrompida a todo o momento e não conta com efeitos de continuidade”. Essa interrupção constante pode acabar por cansar o telespectador e fazê-lo perder o interesse pela programação. Ele pode tanto mudar de canal como migrar para as plataformas de *streaming*³⁵, como *Amazon* e *Netflix*, onde não há comerciais e a programação deixa de ser horizontal³⁶ e passa a ser vertical³⁷.

Além dessas características e particularidades, a televisão e o telejornal são também compostos por elementos técnicos e próprios da linguagem jornalística audiovisual, sendo essenciais para a produção e execução de qualquer telejornal.

a) Blocos: um telejornal é dividido em partes que se intercalam com os intervalos e a essas partes é dado o nome de blocos. Cada telejornal possui seus próprios critérios para ordenar os assuntos em cada bloco (BISTANE; BACELLAR, 2005). O número de blocos varia de telejornal para telejornal. Rezende (2000) chama a atenção que o fato de, ao final de cada bloco, os apresentadores reforçam que o

³⁵ A tecnologia *streaming* é uma forma de transmissão instantânea de dados de áudio e vídeo através de redes. Por meio do serviço, é possível assistir a filmes ou escutar músicas sem a necessidade de fazer download, o que torna mais rápido o acesso aos conteúdos online./ Disponível em: < <https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-sepopularizou-na-web.html/>> . Acesso em: 01 de maio de 2020.

³⁶ A programação horizontal significa a estratégia utilizada pelas emissoras para estipular um horário fixo para determinado gênero todos os dias da semana, com o objetivo de criar no telespectador o hábito de assistir ao mesmo programa nesse horário (SOUZA, 2004, p. 43).

³⁷ As TVs por assinaturas adotam uma rede vertical, ou seja, os programas mudam de horário durante a semana e são reprisados, para ter audiência nos vários horários (SOUZA, 2004, p. 43).

telespectador permaneça assistindo, através de chamadas, sob a forma de pequenas manchetes, destacando o que será ampliado no bloco a seguir.

b) Cabeça: dá-se o nome de cabeça ao texto lido pelo apresentador para introduzir uma matéria que será veiculada imediatamente após o término dessa fala (LOEBLEIN, 2017). Paternostro (1999) pontua que a cabeça nada mais é do que o lead, que consiste em um resumo do que vai ser tratado na notícia (O quê? Quem? Quando? Como? Onde? Por quê?).

c) Decupagem: decupar um material é assistir a gravação de todo o material gravado em uma reportagem e selecionar os melhores trechos para produzir a matéria (LOEBLEIN, 2017).

d) Deixa: denominada deixa final, são as últimas palavras ou cenas exibidas em uma reportagem. Servem para alertar a edição do jornal que a matéria está acabando e que a imagem deve retornar aos apresentadores que darão prosseguimento ao noticiário (PATERNOSTRO, 1999).

e) Delay: chama-se *delay* à falta de sincronia entre áudio e vídeo em uma transmissão via satélite. A imagem chega primeiro do que o som, por isso, durante uma conversa entre um apresentador e um repórter, nota-se segundos de silêncio no diálogo até que o áudio chegue a um ou a outro (BISTANE; BACELLAR, 2005).

f) Enquadramento: é o que aparece em cena e está focalizado pelo cinegrafista. Podem ser imagens em ângulos abertos, fechados, estáticos ou em movimento (PATERNOSTRO, 1999).

g) Escalada: é o momento de abertura do telejornal e consiste na apresentação das principais notícias da edição que está para começar. A escalada é feita pelos apresentadores, que geralmente intercalam suas falas. As frases são curtas e podem, ou não, ser cobertas por imagens (BISTANE; BACELLAR, 2005). De acordo com Cunha (1990) apud Rezende (2000), essas frases costumam ser de impacto, no sentido de valorizar a notícia, despertando o interesse do telespectador em assistir ao telejornal.

h) Nota coberta: conforme sintetiza Loeblein (2017), é o texto lido pelo apresentador com o uso de imagens, que apresentam o contexto da fala e facilitam a compreensão do telespectador.

i) Nota seca/simples: consiste no texto lido pelo apresentador sem o uso de imagens (LOEBLEIN, 2017). Elas podem ser informações chegadas de última hora ou no naquele mesmo instante, não havendo tempo hábil para a produção de uma

matéria, também podendo ser algo já previsto em pauta, mas por uma escolha editorial, uma reportagem não seria necessária (REZENDE, 2000).

j) Off: segundo Loeblein (2017), off é o texto lido pelo repórter enquanto são exibidas imagens das matérias. Rezende (2000) salienta que, neste caso, o rosto do repórter não aparece na imagem, mas ressalta que o texto precisa estar em harmonia com as imagens, pois ele é amparado pelo que está aparecendo na tela.

k) Passagem: a passagem serve para acrescentar ou contextualizar alguma informação, em que apenas a nota coberta não é suficiente, portanto, é caracterizada pela presença da imagem, além da fala do repórter, na matéria (PATERNOSTRO, 1999).

l) Sonora: Bistane e Bacellar (2005) explicam que a sonora é a fala gravada do entrevistado em uma matéria. Rezende (2000) observa que a sonora pode caracterizar uma entrevista ou uma enquete, em que pessoas são escolhidas aleatoriamente pelo repórter para responder uma pergunta.

m) Teleprompter: o teleprompter, ou TP, é um equipamento ótico, como um espelho, acoplado às câmeras que permite a leitura dos textos pelo apresentador (BISTANE; BACELLAR, 2005). Assim, é possível olhar o público diretamente, sem desviar os olhos da câmera para ler (YORKE, 1998).

É preciso observar que esse universo não se limita às características e aos elementos que, reunidos, permitem a execução do telejornalismo e dos telejornais, mas também se aborda a capacidade da televisão de influenciar o seu público. Arbex (1995, p. 08) afirma que “a televisão é o mundo do espetáculo, do teatro, da manipulação das imagens e prestidigitação do discurso”, levando ao público uma falta transparência e inverídica simulação da realidade.

Bourdieu (1997) considera que essa fantasia provocada pela TV, quando imita a vida em seus programas e novelas, fez com que ela se torne uma espécie de espelho de Narciso, um local de contemplação, onde os telespectadores esperam encontrar eles próprios do outro lado da telinha. O autor ainda tece críticas aos jornalistas, mas ao mesmo tempo em que classifica esses profissionais como manipuladores também os coloca como manipulados.

Quanto melhor se compreende como eles funcionam, mais se compreende também que aqueles que participam são tão manipulados quanto manipuladores. Manipulam mesmo tanto melhor, bem frequentemente,

quanto mais manipulados esses são eles próprios e mais inconscientes de sê-lo (BOURDIEU, 1997, p. 21).

Marcondes Filho (2002) coloca que a televisão tem o papel de distrair o telespectador, desconectando-o do ambiente, do trabalho e dos problemas da vida, mas o autor avança no sentido de que a TV aumenta a influência sobre o seu público, através da propaganda, das novelas e dos próprios telejornais. Isso é feito quando determinada programação se utiliza de artifícios, como o modo como se emitem as mensagens. Na ótica de Bourdieu (1997), os artifícios usados pelas emissoras consistem em ocupar a programação para dizer e mostrar coisas fúteis, que acabam sendo importantes na medida em que ocultam outras coisas que de fato agregam aos consumidores, mas que, como não são mostradas, se tornam insignificantes.

O monopólio de empresas de comunicação, como a Globo, o SBT e a Bandeirantes é fortemente criticado por Arbex Jr. (2005), quando ele pondera que as três maiores emissoras ditam o tom do que será exibido nas demais. O autor ainda aborda que a tecnologia, sinônimo de eficácia e precisão, tornou-se a sustentação da engenharia do consumo construída por vencedores e que fazem apologia a um mundo onde só há vencedores.

Um outro ponto de vista, no que diz respeito às atribuições da televisão, é apresentado por Marshall McLuhan (1998), que compreende que a TV não se limita a ser um simples transmissor de conteúdo porque estimula a experiência sensorial e na realidade contemporânea, também, a interatividade.

Dessa forma, o autor explica que o meio é a mensagem e funciona como extensão do ser humano, a partir do momento em que sua transformação, neste caso, da televisão, pode ser mais significativa do que a mudança do conteúdo. Pode-se comparar meio e mensagem, dizendo que a convergência da TV com a internet trouxe mais impactos na relação produtor-consumidor do que alterações na programação.

McLuhan (1998) pontua que cada meio de comunicação (cinema, meios impressos, rádio, TV e, hoje, internet) carrega em si o ambiente singular para a geração de informações, que se convertem em uma linguagem que se sobrepõe ao próprio conteúdo. A partir disso, ele sugere que se desconstrua o que chamou de obsessão pela interpretação do conteúdo e passe-se a analisar o meio.

Como futuro jornalista, o pesquisador considera um dever analisar os “dois lados da moeda”, no sentido de enaltecer as contribuições positivas que a televisão e

o telejornalismo trouxeram ao Brasil e de que é possível fazê-los com qualidade e credibilidade, e também reconhecer as falhas. Acima disso, principalmente na conjuntura atual, de apologia à censura e a governos ditatoriais, o jornalista exerce um grande papel de defensor da liberdade de expressão e do direito de todos os cidadãos e cidadãs, de terem a informação mais verossímil possível.

3.3 UM TELEJORNAL PARA O BRASIL: A HISTÓRIA DO JN

O período de pouco mais de quatro anos que separa a fundação da TV Globo e a criação do Jornal Nacional foi de um protagonismo nada além do regional da recém-criada emissora carioca. No ar, o *Tele Globo* era exibido duas vezes ao dia e o *Ultranotícias*, este último, veiculado duas vezes ao dia, mas com apenas cinco minutos de duração e um forte estilo radiofônico. Constatou-se que nenhum deles dava o retorno de audiência desejado pela Globo (MEMÓRIA GLOBO, 2004), que à época, já dispunha de muito capital financeiro, mas (ainda) não de soberania quanto a audiência e aos patrocinadores.

A ideia de transformar a Globo em uma rede passava pela criação do Jornal Nacional, é o que exemplifica Armando Nogueira (in MEMÓRIA GLOBO, 2019). Para o jornalista, a criação do telejornal era uma necessidade de mercado e para prosperar como emissora, nada melhor do que um produto que abrangesse todo o território nacional. E assim aconteceu no dia 01 de setembro de 1969, quando os apresentadores Cid Moreira e Hilton Gomes anunciaram o início de um serviço de notícias que integraria todo o País.

Desde sua concepção, o JN é transmitido de segunda-feira a sábado, mas nos anos iniciais tinha apenas 15 minutos de duração, sendo dividido em três blocos: noticiário local, nacional e internacional. Conforme introduzido no capítulo 2, onde se apresentou a história da televisão brasileira, o JN tinha como principal concorrente o Repórter Esso, da TV Tupi.

Para se diferenciar do modelo consagrado pelo *Repórter Esso*, que sempre terminava com a notícia mais importante do dia, o JN concluía o noticiário com informações leves, de conteúdo lírico ou pitoresco. Essa matéria de encerramento passou a ser conhecida como o 'boa noite', pois antecedia a saudação de despedida dos apresentadores (NOGUEIRA in MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 34, grifos do autor).

Dutra (2009) complementa que o JN foi pioneiro no uso da lauda de TV, que permitia que os apresentadores previamente escrevessem as notícias, podendo também fazer a leitura durante o telejornal, contribuindo para o fim da improvisação. Porém, nos anos 1970, a emissora já contava com o *teleprompter* (TP). Ele permitia que os apresentadores lessem as notícias, proporcionando mais dinamismo ao telejornal e evitando que fosse preciso o apresentador abaixar a cabeça para ler o texto (KNEIPP, 2008). Cid Moreira, que ocupou a bancada do Jornal Nacional durante 25 anos, entre 1969 e 1994, relata a chegada do novo equipamento:

[...] a introdução do teleprompter - aparelho que fica abaixo da câmera e que projeta o texto para o locutor - foi uma maravilha. Até então, eu sempre mentalizava as notícias, mas é impossível decorar o jornal todo. Eu procurava sempre mentalizar a primeira frase para passar credibilidade naquilo que estava dizendo (MOREIRA in MEMÓRIA GLOBO, 2019, p. 69).

Atualmente, como forma de extinguir qualquer insinuação de superioridade entre apresentador-público, o TP é posicionado logo acima da lente da câmera, à altura dos “olhos” do telespectador, e assim, o apresentador não precisa mais movimentar os olhos ou o rosto para ler as notícias.

A estratégia e a constante modernização, aos poucos foi consolidando o JN como principal telejornal do Brasil, ainda mais com o fim do Repórter Esso, o que abriu caminho para o “formato global”. Em 1972, o Jornal Nacional já ostentava o slogan “Três anos de liderança integrando o Brasil através da notícia” (in MEMÓRIA GLOBO, 2004). No ano seguinte, as reportagens do Jornal Nacional passaram a ser produzidas regularmente em filme colorido (PEREIRA, 2015).

Mas para integrar o Brasil, era preciso estabelecer um conceito de noticiário nacional. Armando Nogueira (in MEMÓRIA GLOBO, 2004) repercute a formulação do que chamou de hierarquização da notícia. Segundo o jornalista, as matérias veiculadas no JN deveriam ser de interesse geral e, ao mesmo tempo, chamar a atenção de telespectadores de diversas partes do País. Barros e Mariño (in MEMÓRIA GLOBO, 2019) destacam que a emissora tinha uma dupla missão: transmitir para todo o Brasil, mas ao mesmo tempo alcançar as peculiaridades de cada uma das cinco regiões.

O modelo demandou que o telejornal tivesse redações não apenas no Jardim Botânico, no Rio de Janeiro, mas também em Brasília, Belo Horizonte, São Paulo e Recife. Nos anos seguintes, a emissora inaugurou escritórios em Londres e Nova

York, em 1974, e Paris, no ano seguinte (HART, in MEMÓRIA GLOBO, 2019). E a expansão não parou por aí, em 2018, a Rede Globo contava com três filiais e 117 afiliadas (BARROS; MARIÑO, 2019). Segundo Pereira (2015), o sinal da Rede Globo abrangia 98,4% dos municípios brasileiros e 90% de sua programação são próprios da emissora.

Outro ponto que merece destaque é a evolução do cenário do Jornal Nacional. Arrabal (in MEMÓRIA GLOBO, 2019) revela que as primeiras edições do telejornal eram apresentadas diante de uma tapadeira, onde se viam as letras “J” e “N” associadas a um globo terrestre com os hemisférios à mostra. Com o transcorrer dos anos, mudanças pontuais foram feitas no cenário, entretanto, em 1989, uma nova bancada foi projetada. Havia dois logotipos do JN que pareciam estar suspensos no ar, mas na verdade estavam suspensos sobre um fundo dégradé azul.

Nos 11 anos que se seguiram, o cenário do JN sofreu mais alterações, mas nenhuma mais significativa que a do ano 2000. Em comemoração aos 40 anos da emissora, o estúdio foi completamente remodelado e, agora, os apresentadores ficavam em uma bancada suspensa, com fragmentos de um globo terrestre ao fundo, onde é possível ver, abaixo dele, toda a redação do Jornal Nacional.

Desde 2017, o estúdio do JN é em formato cilíndrico, com telões de *led* atrás dos apresentadores, onde 65 cenários temáticos podem ser projetados. A redação continua fazendo parte do cenário, mas, agora, na mesma altura da bancada e por todos os lados, já que o JN é apresentado literalmente no meio do estúdio, onde trabalha a redação integrada do jornalismo da Globo. A vinheta e a trilha sonora do noticiário também se tornaram mais contemporâneas (ARRABAL, in MEMÓRIA GLOBO, 2019).

No que diz respeito à internet, o Jornal Nacional estreou na web em 2001 e, com o transcorrer dos anos, foi se aprimorando e incorporando-se a outras plataformas online da emissora, sobretudo a globoplay, onde os consumidores podem acessar as edições na íntegra do telejornal, se forem assinantes, ou os recortes das reportagens, caso não assinem a plataforma (MENEZES; PIETROBELLI, in MEMÓRIA GLOBO, 2019). Esses conteúdos podem ser acessados na palma da mão, através dos smartphones, a hora e pelo tempo desejado.

Ao longo de 51 anos, o Jornal Nacional esteve e está presente nos principais acontecimentos do Brasil e do mundo. Apura, cobre, denuncia, entrevista, mas, sobretudo se faz presente no local da notícia. A capacidade do telejornal de marcar a

vida dos brasileiros é tamanha, que quase todos terão na memória algum acontecimento marcante noticiado pelo JN.

Piasentini (in MEMÓRIA GLOBO, 2019) acrescenta que são as grandes coberturas e acontecimentos que ficam gravados na mente das pessoas. Por conta de algumas dessas coberturas, neste meio século, o telejornal já foi indicado 13 vezes ao Emmy Internacional – Categoria Notícia, vencendo em 2011, quando a cobertura da ocupação no Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, fez a emissora ser premiada (JARDIM, in MEMÓRIA GLOBO, 2019).

3.3.1 As vozes da notícia

Ao longo desses 50 anos, dezenas de apresentadores já passaram pela bancada do Jornal Nacional de forma eventual ou provisória, mas 13 dessas pessoas já tiveram a responsabilidade de ocupar o posto de forma permanente. Os primeiros foram as potentes vozes de Cid Moreira e Hilton Gomes, que apresentavam o telejornal de segunda a sexta-feira. Em 1971, Sérgio Chapelin substituiu Hilton Gomes e formou dupla com Cid Moreira até 1983, quando saiu da emissora e deu lugar a Celso Freitas.

Cid fazia o noticiário nacional e eu o internacional. Nosso cenário era supersimples: duas bancadinhas muito modestas e cadeiras de madeira sem estofado. Não tinha camarim, não tinha maquiagem, nada disso. Trazia meu paletozinho de casa para apresentar o jornal. Nossas pernas não apareciam jamais (CHAPELIN in MEMÓRIA GLOBO, 2019).

Aos finais de semana, a apresentação do JN era de Heron Domingues, conhecido por ser o locutor do extinto Repórter Esso. Chapelin voltou à Globo em 1989; seu antigo colega de bancada, Cid Moreira, ainda estava lá. Os dois comandaram o JN, juntos, até 1994, quando Cid deixou o telejornal após 25 anos de bancada.

A década de 1990 foi marcada por mudanças editoriais. A previsão do tempo tornou-se um quadro fixo do Jornal Nacional e Sandra Annenberg foi a primeira apresentadora do tempo.

[...] era feita no chroma-key. Eu anotava onde estavam os estados onde eu iria apontar, ia para o estúdio e fazia vários testes. O mapa era a grande

estrela, eu tinha que levar o público até ele. Para isso, virava as costas para o telespectador. Era muito difícil acertar a previsão naquela época, porque não se tinha o número de satélites que têm hoje. Mal se conseguia acertar da manhã até a noite (ANNENBERG, in MEMÓRIA GLOBO, 2019).

Em 1996, alterou-se o conceito de apresentação do JN, promovendo jornalistas para a bancada, em vez de locutores. Foram escolhidos os nomes de Lilian Witte Fibe, primeira mulher titular da bancada do telejornal, e William Bonner, que três anos mais tarde se tornaria editor-chefe, posto que ocupa até hoje. Lilian Witte Fibe deixou o Jornal Nacional em 1998, sendo substituída por Sandra Annenberg, que meses depois, deu lugar à Fátima Bernardes. Ao lado do colega e marido, William Bonner, apresentou o JN até 2011. “Até Lilian Witte Fibe fazer o Jornal Nacional, eu não achava que uma mulher podia estar naquela bancada. A partir dali pensei “posso chegar lá” (BERNARDES, in MEMÓRIA GLOBO, 2019, grifos da publicação).

Em 2014, uma nova troca: Patrícia Poeta, que havia assumido no lugar de Fátima, deu lugar à Renata Vasconcellos que ao lado de William Bonner, forma a atual dupla de apresentadores do JN.

Os últimos 15 anos do Jornal Nacional foram de aumento da representatividade do telejornal. Em 2007, Heraldo Pereira tornou-se o primeiro apresentador negro a ocupar a bancada do JN³⁸. No ano passado, em celebração aos 50 anos do Jornal Nacional, jornalistas dos 26 estados e do Distrito Federal revezaram a apresentação do telejornal aos sábados. Entre eles, o jornalista Matheus Ribeiro, o primeiro apresentador assumidamente gay a ocupar a bancada do principal telejornal do país³⁹.

Mas para que o Jornal Nacional conseguisse alcançar essa fórmula, que pode ser chamada de sucesso, foi necessário estabelecer diretrizes que iriam nortear a produção e o modo de fazer do telejornal, para mostrar com eficiência o que de mais importante aconteceu em cada determinado dia. Para a produção do subcapítulo a seguir, utilizaram-se as obras *Jornal Nacional: modo de fazer* (2009), de William Bonner, e *JN: 50 anos de telejornalismo* (MEMÓRIA GLOBO, 2019).

³⁸ MEMÓRIA GLOBO. **Heraldo Pereira**. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/perfil/heraldo-pereira/>> Acesso em: 29 de setembro de 2020.

³⁹ **Primeiro apresentador gay do JN tira foto com namorado na bancada**. Disponível em: <<https://claudia.abril.com.br/famosos/matheus-ribeiro-primeiro-gay-jornal-nacional/>> Acesso em: 29 de setembro de 2020.

3.3.2 O Jornal Nacional na prática

William Bonner (in MEMÓRIA GLOBO, 2019) pontua que com a universalização da internet, das redes sociais e dos *smartphones*, a maioria das pessoas que vão assistir ao Jornal Nacional já se informou, em maior ou menor proporção, sobre um ou mais assuntos noticiados nas diferentes edições. Esse panorama transforma a responsabilidade do JN, que deixa de ser a fonte da informação primordial e se torna a legitimação das notícias, carregando o dever de repercuti-las e, se possível, apresentar um desfecho.

Para que uma notícia faça parte do JN ela precisa seguir alguns critérios com níveis de importância diferentes. Bonner (in MEMÓRIA GLOBO, 2019) destaca que até o fechamento da edição, ou seja, quando o telejornal está pronto para ir ao ar, são realizadas pelos menos três reuniões durante o dia com as principais cidades do Brasil e do mundo.

Assuntos como grandes catástrofes, mortes de expoentes, eventos internacionais e ações significativas na área política são certeza de pelo menos uma nota no cardápio do JN. Mas mesmo as notícias mais importantes precisam seguir critérios (BONNER in MEMÓRIA GLOBO, 2019).

Os critérios que são discorridos a seguir vêm de valores-notícia primordiais para o jornalismo e propostos por Alsina (2009). O autor destaca que a construção da notícia está ligada aos métodos que os jornalistas precisam adotar para construí-la, como a busca pelo acontecimento, pela veracidade e pelo impacto da informação, além do público-alvo.

a) abrangência: quanto mais pessoas de um mesmo universo foram atingidas por um fato, maiores são as chances de desdobramento no JN. No entanto, Bonner (2009) observa que isso vale sempre para assuntos nacionais, mas não internacionais, por exemplo, a inflação de determinado mês no Brasil é mais útil aos brasileiros do que a inflação da Índia. Embora haja no planeta, mais indianos do que brasileiros, no contexto da informação “fria”, sem desdobramentos na comunidade internacional, apenas a inflação brasileira ganhará destaque.

b) gravidade das implicações: há quem diga que os telejornais destilam apenas más notícias, no entanto, é inegável que quanto maior for o desastre climático, incêndio, inflação, mortes por Covid-19 ou quanto pior for um governo ou o

desempenho dos estudantes nas escolas, maiores serão as implicações na vida dos brasileiros. Bonner (2009) frisa que é preciso noticiar o que está ruim para que seja melhorado, denunciar os que corrompem para que sejam punidos.

c) caráter histórico: Bonner (in MEMÓRIA GLOBO, 2019) é categórico ao dizer que quando um fato se apresenta como digno de entrar para os livros de história, eles farão parte do Jornal Nacional, e dependendo da magnitude de sua proporção, o próprio JN será apresentado diretamente do local do acontecimento. Foi assim na queda das Torres Gêmeas, na morte do Papa João Paulo II e na ascensão de seus dois sucessores, nas posses dos presidentes do Brasil e dos Estados Unidos, em coberturas de Copas do Mundo de Futebol e das Olimpíadas. São eventos que podem “derrubar” notícias importantes de uma edição, mas que daqui a 50 anos as pessoas vão se lembrar: “eu vi isso no Jornal Nacional” (BONNER in MEMÓRIA GLOBO, 2019).

d) o peso do contexto: é medido quando uma notícia ganha um peso relativo menor se comparada a outra. Um exemplo: em 5 de maio de 1994, morria o poeta gaúcho Mário Quintana. É evidente que o fato foi noticiado no JN, mas o enterro e os desdobramentos da morte do piloto Ayrton Senna, como se discorreu no capítulo 2 desta pesquisa monográfica, ganhou destaque muito maior. Ou seja, nestes casos não se mede a importância de uma notícia e sim a relação de circunstâncias que acompanham um fato.

e) a importância do todo: Bonner (in MEMÓRIA GLOBO, 2019) pondera que é preciso haver um equilíbrio de informações em cada edição do JN: notícias do dia urgentes combinadas com reportagens de atualidade não urgentes. Os fatos do dia ocuparão a maior parte do tempo e os temas não urgentes, a menor parte. O autor discorre que embora não seja uma “receita de bolo” procura-se chegar a um equilíbrio para que o todo seja bem feito e não destoe da realidade.

f) complexidade: quanto mais complexo o assunto, maior tempo será dedicado a ele na edição e grandes são as chances de ganharem uma reportagem maior. Assuntos mais difíceis de destrinchar, como as pautas econômicas e de Governo demandam uma apuração mais completa de dados, elaboração mais cuidadosa do texto, marcação de entrevistas e edições de artes gráficas para ilustrar a reportagem ou nota.

g) o tempo: o tempo de duração de um telejornal rege as tomadas de decisões editoriais. Bonner (in MEMÓRIA GLOBO, 2019) exemplifica que o número e o grau

de impacto de cada notícia é o que determina se ela vai durar menos ou mais tempo, como será apresentada, ou ainda se vai ser veiculada no JN.

Estes critérios são a base de todas as edições do Jornal Nacional. Segundo explica Bonner (in MEMÓRIA GLOBO, 2019), eles não podem falhar no compromisso com a clareza, a correção, a isenção, a responsabilidade e a pluralidade de pontos de vista. Kamel (in MEMÓRIA GLOBO, 2019) completa que o público exige qualidade e isso demanda isenção e agilidade para que o veículo sobreviva. Pilares estes, associados a todos que defendem a democratização da informação, a preservação da ética e a manutenção da democracia. Do estagiário de jornalismo ao diretor geral de uma emissora, este deve ser o norte para executar um jornalismo profissional.

4. A PERFORMANCE COMO CONDIÇÃO HUMANA

“Eu sou profundamente superficial”⁴⁰.
(Andy Warhol)

Desde que se adquire a liberdade que advém de uma prévia dependência de alguém para se alimentar e se locomover, as pessoas desempenham tarefas no meio onde vivem. Estas funções são as mais variadas e vão das mais simples às mais complexas: auxiliar nas tarefas domésticas, estudar, levar o cachorro para passear, consertar alguma coisa, entrar - e se manter - em uma universidade, se formar, cozinhar, dirigir, entre outras inúmeras atividades e papéis sociais que podem ser assumidos e executados pelo ser humano.

Praticamente tudo o que um indivíduo faz está sob a observação de alguém. No jornalismo, esta exposição é inevitável, além de necessária para que a informação chegue às pessoas das mais variadas formas. O fato é que todos são analisados pelos seus desempenhos e a este desempenho dá-se o nome de performance.

Este capítulo conceitua a performance e identifica onde ela está presente. Também se aborda o significado e a importância do personagem, elemento principal para que uma performance aconteça. Ainda se discorre sobre a sociedade do espetáculo, proposta pelo autor Guy Debord (2003) e sobre os conceitos de atenção e percepção.

4.1 PERFORMANCE E PERSONAGEM

Cada qual é conhecido pelo seu desempenho em alguma coisa. Por exemplo, um bom ator será reconhecido se tiver êxito em cena, o mesmo vale para o repórter que produz boas reportagens. Goffman apud Schechner⁴¹ (2006) observa que um indivíduo exerce determinada atividade para impressionar uma ou mais pessoas e o esforço colocado nessa ação tem o nome de performance. O apresentador de

⁴⁰ WARHOL apud SIBILIA, Paula. **Autenticidade e performance**: a construção de si como personagem visível. São Leopoldo: UNISINOS. v. 17, nº 03, p. 354-364, set./dez. 2015. Disponível em: <<http://revistas.unisinis.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2015.173.09/4984>> /. Acesso em: 13 de maio de 2020.

⁴¹ SCHECHNER, Richard. **Whats is performance?** In: SCHECHNER, Richard. Performance studies: an introduction. 2nd. London: Routledge, 2006. p. 28-51. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/378/o/O_QUE_EH_PERF_SCHECHNER.pdf> Acesso em: 13 de maio de 2020.

telejornal, por exemplo, utiliza-se da performance para cativar o público e ajudar a manter a audiência, através de sua postura, modo de falar e expressões faciais e corporais.

A performance, na ótica de Sibilia⁴² (2015), consiste em algo praticado por alguém que, deduz-se estar executando algo com qualidade, para ser notado e conquistar a atenção alheia. Grotowski apud Toro⁴³ (2010) elenca como fundamental a presença do público para que uma performance ocorra. Schechner (2006) completa que à performance está ligada à combinação de ação e relação, de alguém para alguém e com um objetivo.

Para Cohen (2002), a performance consiste na arte da invenção, que busca provocar alguma reação ao receptor. O autor a considera uma expressão cênica e a compara com uma peça de teatro, por não possuir um padrão, por comportar-se de maneiras diferentes e de acordo com a circunstância. Pode-se relacionar essa afirmação com a vida cotidiana: um indivíduo, por exemplo, geralmente não possui a mesma postura no trabalho, em um bar, reunido com os amigos, ou então, em casa, com a família.

Schechner (2006) correlaciona a performance às ações dos indivíduos, que no seu entendimento, sempre têm um propósito e são direcionadas a alguém. Segundo explica, a performance tem sete funções: entreter; construir algo belo; formar ou modificar uma identidade; construir ou educar uma comunidade; curar; persuadir e/ou convencer; lidar com o sagrado e/ou profano. Ele destaca que qualquer uma dessas funções pode ser realizada tanto separadamente, como mais de uma ao mesmo tempo. Para o autor, elas podem ocorrer em oito situações diferentes:

- a) Na vida cotidiana - cozinhar, sociabilizar, forma de viver.
- b) Nas artes.
- c) Nos esportes e outros entretenimentos de massa.

⁴² REVISTA FRONTEIRAS. São Leopoldo: UNISINOS. v. 17, nº 03, p. 354-364, set./dez. 2015. Disponível em: <<http://revistas.unisinis.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2015.173.09/4984>> /. Acesso em: 13 de maio de 2020.

⁴³ TORO, Fernando de. **O que é performance?** Entre a teatralidade e a performatividade. nº 15, p. 149-171, out. 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/329603155_O_que_e_performance_Entre_a_teatralidade_e_a_performatividade_de_Samuel_Beckett > /. Acesso em: 09 de setembro de 2020.

- d) Nos negócios.
- e) Na tecnologia.
- f) No sexo.
- g) Nos rituais – sagrados e temporais.
- h) Em ação.

O autor ainda divide a performance em duas formas de execução: as que “fazem acreditar” e as que “fazem de conta”. A primeira mantém um limite entre o artístico e o real, cria realidades e a encena, onde é possível perceber a diferença entre o que é real e o que é encenação; já no segundo caso, a distinção entre o que é real e o que é encenação não fica clara.

Albuquerque⁴⁴ (2012) discorre sobre a importância da linguagem corporal para a performance. Para a autora, o corpo é o suporte que contém a informação. Bião⁴⁵ (2011), no artigo “A presença do corpo em cena nos estudos da performance e na etnocenologia”, baseia-se nos estudos de Schechner para conceituar performance e conclui que a sociedade tem vivido como nunca através dela, como um ato que pode ser entendido como uma demonstração de ser; fazer; mostrar-se fazendo e explicar.

Ser, se trata da existência em si mesma, comportar-se. Fazer, se trata da atividade de tudo que existe. Mostrar-se fazendo, se trata de performar, ou seja, apontar, sublinhar e demonstrar a ação; está ligado à natureza do comportamento humano, mostrar o que se faz, exhibir-se (ALBA, 2018, p. 81).

Mas nenhuma performance seria possível sem o seu elemento principal: o performer ou personagem. De acordo com Brait (1985), o personagem é o indivíduo que executa a performance, ou então, a representação do universo inventado por seu criador para representar ou simular uma realidade. Pallottini apud Alba (2018) coloca o personagem como um ator e afirma que ele vai sendo construído de acordo com o roteiro de sua encenação. Pode-se comparar esta situação com a dos apresentadores

⁴⁴ ALBUQUERQUE, Beatriz. **Performance Arte + Internet = Comunicação + Audiência**. nº 01. nov. 2012. Disponível em: < <https://performatum.com.br/estudos/performance-internet-comunicacao-audiencia>>/. Acesso em: 09 de setembro de 2020.

⁴⁵ REVISTA BRASILEIRA DE ESTUDOS DA PRESENÇA. Porto Alegre: UFRGS. V. 1, nº 02, p. 346-369, jul./dez. 2011. Disponível em < <https://www.scielo.br/pdf/rbep/v1n2/2237-2660-rbep-1-02-00346.pdf>> /. Acesso em: 01 de maio de 2020.

de telejornal, que desenvolvem sua performance de acordo com o que está sendo exibido e com as necessidades de interpretação.

Brait (1985) explica que não existe ação sem personagem. A partir disso, se compreende que o personagem é quem performa e a performance existe apenas quando está sob observação de alguém. Essa definição nos remete à essência do telejornalismo, afinal, não haveria grade de programação ou emissora que resistisse sem uma plateia que lhe prestigiasse de alguma forma.

Goffman apud Toro (2010) exemplifica que um indivíduo assume a condição de um personagem que não pertence exatamente a ele, se apropriando de uma nova identidade. Partindo do pressuposto de Stanislavski (2007), que diz que no teatro a performance pertence ao ator, se entende que no jornalismo, a performance pertence ao apresentador e ao repórter, que ainda têm o dever de informar com qualidade. Frazão (2012) pondera que um performer, que pode ser um apresentador de telejornal, vai influenciar, mudar ou reforçar uma opinião sobre determinado assunto, seguindo uma espécie de linha editorial da emissora a ser adotada.

A comunicação feita durante a prática performática pode ou não ser evidente, mas o ponto alto dessa correlação se dá justamente na autenticidade da tentativa e no risco da exposição (da ação) na qual se submete o indivíduo e possibilita confirmação deste no mundo (FRAZÃO, 2012, p.12).

Apresentadores e repórteres, atores, comediantes e profissionais que vivem de suas imagens, dependem do olhar e até mesmo do julgamento do telespectador, seja ele bom ou não, para sua própria sobrevivência. Esses profissionais também são performers, pois se utilizam de suas falas, seu modo de vestir, de se portar e suas linguagens corporais para capturar a atenção do telespectador.

Assim como no cinema, nas novelas e no teatro, o jornalismo também tem seus atores e atrizes; no caso deste trabalho de pesquisa são apresentadores e repórteres. Sibilia (2015) interpreta esses sujeitos como performáticos, ou seja, foram treinados para impressionar quem assiste. Brait (1985) reflete que a existência do personagem não se resume a apenas sua capacidade de fazer artístico, mas também aos motivos que o levam a fazer isso.

Segundo Stanislavski (2007), o ator precisa de uma perspectiva sobre o papel, o que ele pensa e quer demonstrar através de sua encenação. Pode-se fazer um paralelo com os apresentadores de telejornais, que desde a produção dos textos que

vão compor a lauda para ser lida ao vivo, precisam compreender a notícia e de certa forma, planejam como vão transmiti-las ao público.

Glusberg (2013) traça uma visão diferente que afirma que o personagem também é um observador que repara no seu próprio desempenho, assumindo um duplo papel, de protagonista e receptor, ou então ator e agente de sua própria performance. Já para Sibilía (2015, p. 362), o performer é um “hipócrita bem sucedido”, pois consegue ser espontâneo para interpretar seus personagens. A autora complementa, afirmando que, no mundo contemporâneo, a performatividade do corpo do personagem, nos aspectos físicos, corporais e em suas ações cotidianas são determinantes para valorizar sua performance.

A partir deste século, a sociedade tem vivido como nunca através da performance (SCHECHNER apud BIÃO, 2011). Carlson apud Schechner (2006) afirma que a vida das pessoas está condicionada aos modos de comportamento socialmente aceitos, o que, na sua ótica, cria a afirmativa de que a performance está presente em toda a atividade humana.

Essas múltiplas performances originam o que Guy Debord (2003) chamou de sociedade do espetáculo. Para ele, nossa sociedade vive em uma acumulação de espetáculos, em que tudo o que era verdadeiramente vivido deixa de existir para dar lugar à representação, em especial por meio de imagens. Debord (2003) conceitua espetáculo como uma relação entre pessoas mediatizada por imagens, sendo parte da sociedade, a própria sociedade e também o seu instrumento de unificação, que a utilizam para afirmar suas aparências.

O conceito de espetáculo unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes. As suas diversidades e contrastes são as aparências organizadas socialmente, que devem, elas próprias, serem reconhecidas na sua verdade geral. Considerado segundo os seus próprios termos, o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana, socialmente falando, como simples aparência. Mas a crítica que atinge a verdade do espetáculo descobre-o como a negação visível da vida; uma negação da vida que se tornou visível (DEBORD, 2003, p. 11).

O autor acidamente tece críticas à performance, definindo-a como um espetáculo (em especial, imagético) que envolve todo o meio social, principalmente pela persuasão da publicidade e da informação, que promoveriam a alienação do telespectador.

Quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua

própria existência e o seu próprio desejo. A exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age aparece nisto, os seus próprios gestos já não são seus, mas de um outro que lhes representa (DEBORD, 2003, p. 09).

Marcondes Filho (2002) aponta que o espetáculo constitui o modelo da sociedade e que a televisão tem papel determinante na promoção de espetáculos, pois através de novelas, programas, séries e afins, ela nos dá aquilo que nos falta, proporcionando uma ilusória sensação de paz e tranquilidade.

A televisão é o oposto da psicanálise: enquanto nesta o indivíduo procura ajuda para se conhecer e trabalhar seus problemas, na TV ele busca esquecer, ignorar, eliminar qualquer sofrimento que o atormenta. Se é característico do ser humano recalcar no inconsciente suas recordações amargas, seus traumas, suas decepções e frustrações, é a TV a mais eficiente colaboradora para isso (MARCONDES FILHO, 2002, p. 57).

Entretanto, se observa que o telejornal não possui essa característica tão marcante, pois embora se dedique a encerrar o telejornal com uma notícia mais leve, ele expõe reportagens de crises, tragédias e violência. A partir disso, Llosa apud Alba (2018) acrescenta que o jornalismo, por si só, não pode mudar a sociedade do espetáculo, pois essas notícias de teor negativo acabam por aborrecer o público, acostumado ao entretenimento. Embora procure relaxar, esse público também se vê como telespectador de problemas com os quais ele pode ou não se identificar.

Essa realidade está enraizada no tempo contemporâneo de uma sociedade que privilegiou o entretenimento e adquiriu o costume de rejeitar tudo o que aborreça ou lembre que a vida não é só diversão (como o jornalismo, por exemplo). No passado, a cultura foi uma espécie de consciência que não permitia que a sociedade esquecesse ou ignorasse a realidade, mas agora, atua como mecanismo de distração e entretenimento (LLOSA apud ALBA, 2018, p. 282, grifos do autor).

É possível relacionar essas ideias com a vontade que muitas pessoas têm em assumir a identidade de seus ídolos, sejam cantores, jogadores de futebol, atores, atrizes, *digital influencers*, que são indivíduos que possuem canais online para promover produtos, atividades diversas e/ou a si mesmos, como apresentadores de TV, por exemplo. Salienta-se que o jornalista, ainda jovem, precisa buscar sua própria personalidade, modo de falar e de se expressar, pois, às vezes, tem-se uma referência dentro da profissão e busca-se copiá-la, ao invés de inspirar-se em direção a sua originalidade.

A busca pela originalidade fica em segundo plano quando o personagem, por meio da sua performance, mexe com os sentimentos do indivíduo que o assiste. Marcondes Filho (1994) atenta que a contemplação da imagem pelo homem é um dos hábitos mais antigos da civilização humana, seja para buscar conhecimento, respostas, distração ou prazer, papel este, que para o autor, hoje é desempenhado pela televisão.

A busca pela originalidade fica em segundo plano quando o personagem, por meio da sua performance, mexe com os sentimentos do indivíduo que o assiste. Marcondes Filho (1994) atenta que a contemplação da imagem pelo homem é um dos hábitos mais antigos da civilização humana, seja para buscar conhecimento, respostas, distração ou prazer, papel este, que para o autor, hoje é desempenhado pela televisão.

O autor Juremir Machado (2003) desenvolve o conceito de imaginário, significando-o como um “reservatório”, ou seja, um lugar onde se guardam imagens, lembranças e sentimentos; no entanto, ele também pode ser entendido como uma rede de valores e sensações partilhadas com o outro. Machado (2003) relaciona o imaginário com a representação (performance, imagem) e, ainda, com a construção da nossa cultura, porque, segundo o autor, o imaginário também é comunicação e um produtor de relações na sociedade.

Num sentido mais convencional, o imaginário opõe-se ao real, na medida em que, pela imaginação, representa esse real, distorcendo-o, idealizando-o, formatando-o simbolicamente. Numa acepção mais antropológica, o imaginário é uma introjeção do real, a aceitação inconsciente, ou quase, de um modo de ser partilhado com outros, com um antes, um durante e um depois. O imaginário é uma língua. O indivíduo entra nele pela compreensão e aceitação das suas regras; participa dele pelos atos de fala imaginal (vivências) e altera-o por ser também um agente imaginal (ator social) (MACHADO, 2003, p. 02, grifo do autor).

Para Debord (2003), na sociedade do espetáculo, toda a narrativa da mídia é baseada no imaginário. Stanislavski (1999) destaca que o ser humano pode viver diversas situações ou períodos de vida através da imaginação, no sentido de que o imaginário, ou seja, a realidade que construímos na nossa imaginação, é mais agradável do que o real.

O que atrai na televisão, o que incita na publicidade, o que chama a atenção nos apelos da cultura industrializada são os elementos que fazem parte de

nossa estrutura mental, mas que estão represados — e o que desejamos, e que por diversos motivos não podemos possuir. (MARCONDES FILHO, p. 39, 2002, grifo do autor).

Pode-se ir além em relação a essas afirmações, refletindo que as emissoras de televisão captam os desejos, fantasias e vontades do público e criam programas, publicidades e personagens que excitam o desenvolvimento destes sentimentos nas pessoas.

4.1.1 Atenção e Percepção

A partir dos conceitos de espetáculo, performance e personagem é preciso refletir sobre o comportamento do público em frente à televisão. Para convencer um indivíduo a permanecer em determinado canal, o agente em questão, que pode ser um apresentador de telejornal, utiliza-se de técnicas de expressividade, como ter certa atitude, projetar determinada imagem, assumir um comportamento, fazer gestos e transmitir olhares, por exemplo.

Para isso, de acordo com Sousa (2009), torna-se necessário reconhecer a audiência, para que as mensagens possam despertar a atenção de quem assiste. A partir da identificação do seu público, as emissoras de televisão segmentam suas programações de acordo com o perfil do seu telespectador. Essa identificação pode ser feita por meio de pesquisa sobre seus níveis de audiência.

Por atenção, Vygotsky apud Tanaka (2008) compreende que ela faz parte das funções psicológicas superiores, tipicamente humanas. O funcionamento da atenção baseia-se inicialmente em mecanismos neurológicos inatos e involuntários. Para Eric Kandel (2009), a atenção funciona como um filtro: quando o indivíduo contempla uma imagem a sua frente e concentra informações sensoriais para compreender o que está vendo. Se o que ele está vendo lhe agrada, ele fixa sua atenção, podendo até ignorar o que está ao seu redor; caso contrário, ele identifica a informação e a exclui em seguida - e muda de canal, em se tratando de televisão.

Sobre prestar atenção em somente aquilo que interessa, Endo e Roque⁴⁶ (2017) discorrem que essa seletividade é natural, já que o indivíduo é bombardeado

⁴⁶**Atenção, memória e percepção:** uma análise conceitual da Neuropsicologia aplicada à propaganda e sua influência no comportamento do consumidor. São Paulo. V. 40, nº 01, p. 77-96, jan./dabr. 2017. Disponível em

o tempo todo por informações. Por exemplo, em uma edição do Jornal Nacional, o telespectador prestará maior atenção às matérias cujos temas lhe despertem algum tipo de interesse, ou simplesmente não lhe provoque rejeição.

James apud Kandel (2009) reforçam que essa focalização de consciência faz parte da essência da atenção, que implica no afastamento de algo para lidar com outra coisa. De acordo com o autor, existem dois tipos de atenção, a involuntária e a voluntária.

A atenção involuntária é sustentada por processos neurais automáticos e é particularmente evidente na memória implícita. [...] A atenção voluntária é ativada por uma propriedade do mundo externo – do estímulo – e é capturada, de acordo com James, por ‘coisas grandes, coisas brilhantes, coisas em movimento ou sangue’. James sustentou que a atenção voluntária é evidentemente um processo consciente nas pessoas. [...] Desse modo, é provável que ela tenha início no córtex cerebral. Numa perspectiva reducionista, os dois tipos de atenção convocam sinais biológicos de saliência, como os neurotransmissores modulatórios, que regulam a função ou a configuração de uma rede neural (JAMES apud KANDEL, 2009, p. 341, grifos do autor).

Sousa (2009) ressalta que a exposição prolongada de um indivíduo a um determinado tema que lhe agrade e prenda sua atenção, seja pelo fato de ir ao encontro de suas crenças, valores ou apenas pelo próprio gosto, pode fazer com que essa pessoa tenha resistência à mudança e adquira a percepção de que apenas aquela determinada emissora/programação possa lhe agradar.

Tratando-se de percepção, Lamb, Hair e McDaniel apud Endo e Roque (2017) a definem como um processo pelo qual se seleciona e se interpretam estímulos cerebrais. A partir disso, escolhe-se o que vai se notar ou ignorar. Este pesquisador entende que quando um telespectador opta por determinado programa e, por conseguinte, presta atenção, é por perceber alguma familiaridade em relação àquela atração. Logo, se compreende que atenção e percepção andam juntas.

A preocupação de uma emissora sobre o que seu público mais gosta de assistir influencia na montagem das grades de programação. Essa verificação de público pode ser feita através da percepção da emissora, não somente dos níveis de audiência, mas, sobretudo, por meio do comportamento desse consumidor nas redes sociais e plataformas digitais.

5. METODOLOGIA

Este trabalho tem o caráter de pesquisa qualitativa e a pesquisa bibliográfica foi escolhida como procedimento metodológico. O quinto capítulo é destinado ao detalhamento da metodologia a fim de verificar as hipóteses e atingir os objetivos propostos. Será apresentada a decupagem dos materiais escolhidos no projeto, já citados no capítulo introdutório desta monografia. A decupagem refere-se à segunda fase da Análise de Conteúdo.

5.1 Exploração do material

A segunda fase da Análise de Conteúdo consiste na exploração do material. Nesta monografia, cada edição do Jornal Nacional foi apresentada com data de exibição da edição, tempo total de duração, tempo de recorte com início e fim e a decupagem detalhada, com a descrição, na íntegra, dos trechos selecionados ainda no projeto de monografia, das expressões faciais, gestos, falas, movimentação e interação entre os apresentadores do telejornal. Também foram detalhadas as variações dos enquadramentos das câmeras e os principais elementos que compõem os cenários do JN ao longo das décadas estudadas.

Com o intuito de proporcionar um melhor entendimento acerca dos termos utilizados na decupagem, faz-se necessária a compreensão de alguns aspectos, próprios da linguagem audiovisual⁴⁷, referentes aos planos e movimentos de câmera.

Grande Plano Geral: com o enquadramento bem aberto a câmera afastada, enquadra cenário e personagens por inteiro.

Meio Primeiro Plano: o personagem é enquadrado na imagem logo abaixo dos ombros.

Plano Americano: enquadra a personagem dos joelhos para cima.

Plano Geral: enquadra personagens e cenário, mas nem todos os detalhes da cena

⁴⁷ Disponível em: <<http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/>>. Acesso em: 30 de setembro de 2020.

são mostrados.

Plano Médio: enquadra o personagem da cintura para cima.

Plongée: a câmera se movimenta de cima para baixo.

Primeiríssimo Plano: o personagem é enquadrado dos ombros para cima.

Contra plongée: a câmera se movimenta de baixo para cima.

Travelling: a câmera passeia por um cenário ou acompanha um objeto que se move na mesma velocidade.

Zoom in: a imagem se aproxima do personagem, a partir do fechamento da lente da câmera.

Zoom out: a imagem se afasta do personagem, a partir da abertura da lente da câmera.

('): representação de minuto junto a um numeral.

(''): representação de segundo junto a um numeral.

Na decupagem que se apresenta a seguir foram levadas em conta as performances corporal e imagética, e o cenário. Antes de cada fala, se apresenta o contexto em que ela se encontra e a identificação das categorias. Após a fala, se estabelecem legendas que permitem identificar quais atuações performáticas se encontram naquele trecho, conforme se enuncia a seguir:

Fonte simples: a performance busca a neutralidade de gestos e expressões faciais e corporais.

Negrito: para as palavras ditas com ênfase pelo(a) apresentador(a).

Itálico: para as palavras ditas enquanto gesticula.

Negrito sublinhado: ao mesmo tempo que dá ênfase às palavras, gesticula.

5.1.1 Jornal Nacional, 1986

Data de Exibição: 29 de abril de 1986

Duração total: 23'48''

Trecho 1: 0'17 até 0'45''

Figura 1 – Cid Moreira e Celso Freitas durante a escalada do Jornal Nacional.



Fonte: Memórias da TV⁴⁸

O telejornal começa com a escalada dos apresentadores que leem as manchetes das principais notícias da edição, de forma alternada. Em primeiríssimo plano, Cid Moreira faz a leitura da primeira manchete; ao fim, a imagem corta para Celso Freitas, que também aparece em primeiríssimo plano. Durante a escalada não há presença de trilha e o enquadramento segue inalterado. Pelo fato de as câmeras mostrarem os apresentadores dos ombros para cima, fica prejudicada a identificação de gestos, no entanto, facialmente, os apresentadores demonstram um semblante sério. As notícias da escalada são dadas de forma rápida, sem alterações significativas no tom de voz de ambos. No que diz respeito ao cenário, o enquadramento da câmera não permite uma visualização completa, mas é possível reparar que atrás dos apresentadores estão telas em que as letras “J” e “N” e um globo terrestre podem ser vistas em partes.

Cid Moreira (CM): A União Soviética **confirma**. O acidente com a usina nuclear de Chernobyl, na Ucrânia, foi o pior da **história**.

Celso Freitas (CF): A Agência TAS confirma duas mortes, mas um morador da região diz que podem ter morrido duas mil pessoas.

⁴⁸ YOUTUBE. **Jornal Nacional – 29/04/1986**. Disponível em:<<https://www.youtube.com/watch?v=kvITZlnPpAM>> Acesso em: 08 de outubro de 2020.

CM: A França e os Estados Unidos oferecem ajuda para tratar pessoas **contaminadas**.

CF: Cientistas de todo o mundo analisam as consequências da **catástrofe** na Europa e no mundo.

CM: Uma denúncia de bomba **atrasa** o voo da Seleção Brasileira de Belo Horizonte para Recife.

CF: Essas e outras notícias **agora**, no Jornal Nacional (ao fim da escalada, entra a vinheta do telejornal, com duração de nove segundos).

Trecho 2: 0'55" até 1'49"

Em plano médio está o apresentador Celso Freitas, posicionado no lado esquerdo do vídeo. No lado direito, se vê o cenário do telejornal, onde através de uma tela é reproduzida uma arte gráfica com um símbolo nuclear sobre um campo de girassóis. A arte ilustra a nota simples do apresentador que noticia o desastre nuclear na Usina de Chernobyl, na Ucrânia. A câmera não mostra na imagem as mãos do apresentador, mas não se percebe qualquer tipo de gesticulação pelo movimento de ombros e/ou pescoço. Ele permanece ereto sem esboçar reações fisionômicas. Seu tom de voz é firme, dando ênfase à palavra final de cada frase, como se ainda estivesse na escalada. Seu ritmo de leitura é intenso e sem perder o fôlego.

CF: O mundo está **assustado**. O acidente na União Soviética é o mais grave da **história**. A própria União Soviética reconheceu hoje que é uma **catástrofe**. No complexo nuclear de Chernobyl o fogo queima **incontrolável**. O governo soviético pediu ajuda a dois países ocidentais para apagar o **incêndio**. A agência oficial TAS disse que duas pessoas morreram, mas a agência americana UPI disse que um habitante da região informou que foram **dois mil mortos no desastre nuclear**. Ainda segundo o mesmo morador, as vítimas estão sendo enterradas em valas profundas junto com o **lixo atômico**. A cobertura completa do acidente na União Soviética você vai ver no **final desta edição**.

Ao terminar a leitura, ainda em plano médio, o apresentador abaixou levemente os olhos, por dois segundos, possivelmente para conferir a lauda que dava a notícia seguinte. Após, ele ergue os olhos e vira levemente o corpo para a direita, no momento em que o enquadramento retorna ao meio primeiro plano, onde só é possível enxergar o apresentador dos ombros para cima. Desta vez, ele narra a

cabeça de uma reportagem sobre uma enchente no Nordeste. Mesmo com a mudança de assunto, o tom de voz e o corpo permanecem inalterados. Ao chamar a reportagem não há qualquer tipo de reação ou interação com o repórter.

CF: A enchente no **Nordeste**. Choveu forte hoje em Natal, **Rio Grande do Norte**. O número de desabrigados subiu para **dois mil**. Oito casas **desabaram**. Uma mulher e uma criança ficaram **feridas**. A repórter Magda Wassenberg foi ver como está a situação nos estados que mais estão sofrendo com a **enchente**.

Trecho 3: 21'50" até 22'03"

O assunto do telejornal continua sendo o desastre na Usina Nuclear de Chernobyl. Com o término de uma matéria sobre a repercussão do desastre nos Estados Unidos, aparece em meio primeiro plano, o apresentador Cid Moreira, com os olhos levemente abaixados. Não é possível enxergar seus braços por completo, mas percebe-se uma mudança discreta, como se colocasse uma mão em cima da outra. Ele mantém essa posição até o fim, fazendo a leitura da cabeça de uma matéria. Seu tom e ritmo de voz são os mesmos da escalada, no entanto, ele dá maior ênfase às palavras mais relevantes do texto que, não necessariamente são as últimas. Ao chamar a reportagem não há qualquer tipo de reação fisionômica.

CM: Os principais especialistas em assuntos nucleares do país afirmam que o acidente nuclear é **muito grave**. E **divergem** sobre a possibilidade de acontecer algo parecido em uma usina brasileira.

Trecho 4: 23'21" até 23'48"

Ao término da matéria enunciada no trecho acima, a imagem corta para Cid Moreira. Ele está em plano médio, bem no centro do vídeo, com semblante sério. Antes de ler o texto, ele novamente faz o movimento de baixar e erguer os olhos. Durante a leitura, seu corpo e face permanecem sem alterações.

CM: Outras informações sobre o acidente na Usina Nuclear da Ucrânia, você vai ver logo mais no Jornal da Globo. Boa noite.

Após dizer o “boa noite”, o enquadramento sofre alterações, com a câmera se movimentando em *zoom out*. A imagem se afasta de Cid Moreira e vai abrindo até que abarque todo o cenário, a bancada e também o apresentador Celso Freitas,

finalizando o Jornal Nacional com o enquadramento em plano geral. Com o início do *zoom out*, aparecem as mãos de Cid Moreira, que guarda a caneta, que segurava em sua mão direita, no bolso do paletó. Enquanto sobem os créditos, Cid Moreira começa a gesticular e interagir verbalmente com Celso Freitas, que realiza a mesma ação. No entanto, tanto os gestos quanto às expressões faciais são contidos. Com a abertura da câmera se tem uma visão melhor do cenário, que possui uma bancada em um cinza bem claro, com detalhes em vermelho. As paredes são brancas com cinco monitores onde são projetados o logo do telejornal, um globo terrestre e também as artes que ilustram as notícias.

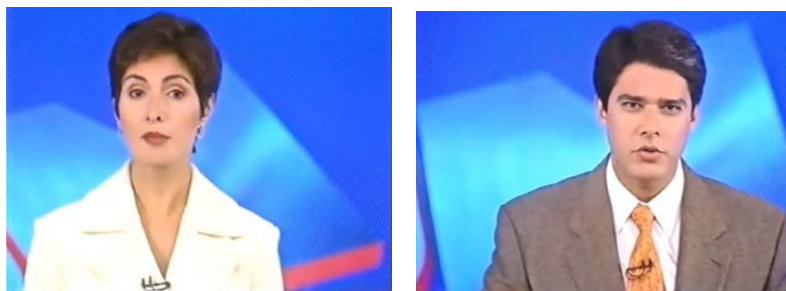
5.1.2 Jornal Nacional, 1996

Data de Exibição: 06 de abril de 1996

Duração total: 23'48"

Trecho 1: 0'00" até 0'56"

Figura 2 – Fátima Bernardes (esq.) e William Bonner (dir.) durante a escalada do Jornal Nacional..



Fonte: VitorRDSD⁴⁹

O telejornal começa com a escalada dos apresentadores que leem as manchetes das principais notícias da edição, de forma alternada. Em primeiríssimo plano, levemente posicionado no lado direito do vídeo, aparece o apresentador William Bonner, que faz a leitura da primeira manchete. Seu tom de voz é firme e ele dá ênfase a uma ou mais palavras, mas sempre frisa bem a palavra final. Pelo fato de as câmeras exibirem os apresentadores dos ombros para cima, fica prejudicada a

⁴⁹ YOUTUBE. **Jornal Nacional - 06/04/1996**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vmujMoD8rE4>> Acesso em: 08 de outubro de 2020.

identificação de gestos, mas não se percebe uma mudança de postura. O cenário é predominantemente azul, com as letras “J e “N”, aparecendo ao fundo dos apresentadores, como se as referidas letras estivessem “voando” pelo estúdio.

William Bonner (WB): Um **risco** nas grandes **idades**. O despreparo do **exército** de seguranças **clandestinos**.

Neste momento, entra sonora com duração 04”, com um dos seguranças clandestinos. Ele está em frente a uma árvore respondendo a uma pergunta do repórter. Ao fim, a imagem corta para a apresentadora Fátima Bernardes, em está em meio primeiro plano e levemente posicionada no lado esquerdo do vídeo. Seu tom de voz é menos rígido do que o de Bonner, até pelo fato da notícia a ser lida tratar de um assunto mais “leve”.

Fátima Bernardes (FB): Os **consumidores** *apostam nas* **promoções** e deixam para a última hora a compra dos ovos de **Páscoa** (levanta as sobrancelhas ao dizer a palavra “consumidores” e dá um sorriso de canto de boca quando fala a palavra “promoções”. Ao dizer esta palavra, corta-se para a imagem de uma grande aglomeração de pessoas em um supermercado pegando ovos de páscoa). Fátima conclui a manchete em forma de nota coberta, enquanto entra a imagem descrita. Na sequência, a imagem corta para William Bonner, em meio primeiro plano. Seu tom de voz é firme, mas menos sério, com o apresentador esboçando um sorriso, mas sem mostrar os dentes.

WB: Grande prêmio de **Argentina** (dá sorriso discreto).

A imagem corta para a passagem do narrador Galvão Bueno. Ele está em plano médio, posicionado em frente aos boxes da escuderia de Fórmula 1, Ferrari. A imagem corta para a passagem do repórter Marcos Uchoa, em plano médio, que também está em frente aos boxes da Ferrari. A imagem corta para Fátima Bernardes. Ela está em meio primeiro plano. Seu tom de voz segue o mesmo, porém, com a ausência do sorriso.

FB: *Caminhões com* **para-choques** que ameaçam a vida dos motoristas vão ter que **sair** das estradas (ela novamente levanta e abaixa as sobrancelhas; após a palavra “para-choques”, corta-se para a imagem de um acidente entre um carro e um caminhão). Fátima conclui a manchete em forma de nota coberta, enquanto entra a imagem descrita. Após, corta para William Bonner, em meio primeiro plano.

Com semblante sério, Bonner destaca a palavra “milhões” com mais ênfase do que as demais.

WB: O leilão dos bens da **máfia** da previdência deve render 50 **milhões** de reais.

FB: *Dia de **goleadas** no campeonato paulista.* Vinte e dois gols em quatro jogos (a apresentadora lê todo o trecho com um tom de voz leve e sorrindo; a palavra “goleadas” é dita com mais ênfase e novamente traz Fátima Bernardes levantando as sobrancelhas; após a palavra “paulista”, entra a imagem de um dos gols). Fátima conclui a manchete em forma de nota coberta, enquanto entra a imagem descrita.

Corta-se para o plano geral dos apresentadores. Fátima está no lado esquerdo do vídeo e Bonner, no direito. Ambos estão com as mãos sobre a bancada, que tem cor cinza, com detalhe em vermelho. Ao fundo está o cenário, que possui, além das letras “J” e “N” atrás dos apresentadores, também outra dupla dessas letras, com o dobro de tamanho, entre Fátima e Bonner. Assim que William Bonner começa a falar, inicia-se um *zoom out* até que se apresente um grande plano geral, revelando a bancada e o cenário por completo, inclusive com parte do chão à mostra, que possui a mesma cor da bancada.

WB: Veja **agora** no Jornal Nacional (William Bonner não se movimenta durante a fala, mas Fátima entrelaça os dedos sobre a bancada e posiciona levemente o seu tronco à frente). Roda a vinheta do telejornal.

Trecho 2: 0’57” até 1’08”

Com o término da vinheta, a imagem corta para William Bonner, que está em plano médio. Seu corpo está no lado direito da tela; ao lado esquerdo estão as letras “J” e “N” em azul claro. O apresentador está com as mãos sobre a bancada e segura uma caneta em sua mão direita.

WB: O aumento da **violência** nas grandes cidades cria *um exército paralelo*. Um batalhão de **seguranças clandestinos** que chega a ser **três** vezes maior do que o **exército brasileiro** (deixa uma mão em paralelo com a outra; franze a testa).

Trecho 3: 25’28 até 26’06”

Na volta do intervalo, o enquadramento está em grande plano geral. Onde ainda é possível perceber, além de toda a composição do cenário, já descrita, encontram-se as letras “J” e “N”, em tamanho grande, no teto do estúdio. Fátima Bernardes e William Bonner estão sentados, com as mãos sobre a bancada.

O enquadramento sofre alteração quando William Bonner começa a ler uma nota simples. Por meio de um zoom in, o grande plano geral é reduzido a um meio primeiro plano, onde apenas Bonner aparece. Durante o movimento, Fátima Bernardes mantém seu olhar fixo para a câmera. Já William Bonner tem um semblante sério e um tom de voz que demonstra lamentar a notícia.

WB: Mais uma **vítima** da tragédia da hemodiálise, em Pernambuco. *Maria Silvana da Silva*, de **sessenta e cinco anos**, morreu hoje à tarde. Agora são **trinta e sete** os mortos da hemodiálise. **Três** pacientes continuam internados na UTI e **cinquenta e nove** estão nas enfermarias (o apresentador coloca uma mão sobre a outra; franze a testa e frisa bem o número).

Ao término da nota simples de Bonner, a imagem corta para Fátima Bernardes, em plano médio. Ela está posicionada no lado direito do vídeo. No lado esquerdo aparece uma arte gráfica, que ilustra a fala da apresentadora. A arte consiste na imagem de uma casa. Na diagonal, aparecem três notas de cem reais, como se estivessem “passando” embaixo dela.

FB: Casa própria em sistema de **condomínio**. A Caixa Econômica Federal cria um **novo** esquema de financiamento. O sistema de cartas de crédito **fracassou** e está sendo modificado. Das 24 mil pessoas inscritas, apenas 410, menos de **2%**, conseguiram comprar a casa (a apresentadora, de maneira discreta, movimenta a cabeça em negação, ao mesmo tempo em que ergue as sobrancelhas).

Trecho 4: 36'29" até 36'55

Em meio primeiro plano aparece William Bonner, que está sorrindo. O sorriso se justifica, porque a cena anterior consistia em um comentário esportivo, realizado na bancada do JN, sobre o grande prêmio da Argentina de *Fórmula 1*. Desfeito o sorriso, o semblante e o tom de voz de Bonner permanecem leves e serenos. Devido ao enquadramento, não é possível ver as mãos do apresentador.

WB: A Globo **transmite** o grande prêmio da Argentina, **amanhã**, a partir de uma da tarde. (O apresentador se vira para a direita e a imagem corta para um plano geral, onde se vê Fátima Bernardes, parte do cenário e a parte de cima da bancada).

WB: **Boa noite** (enquanto dá o boa noite, coloca uma lauda sobre a outra em sua mesa).

FB: Uma boa noite pra **você** (ao dizer a última palavra, a apresentadora sorri).

Na sequência, sobem os créditos do telejornal e a trilha sonora. Enquanto isso, os apresentadores ajeitam suas laudas sobre a mesa. Bonner guarda sua caneta no paletó, enquanto Fátima Bernardes inicia uma conversa com o colega de bancada. Essas ações ocorrem com a câmera em *zoom out*, passando do plano geral para um grande plano geral, cujos elementos, no que diz respeito ao cenário e sua composição, já foram descritos.

5.1.3 Jornal Nacional, 2004

Data de Exibição: 21 de fevereiro de 2004

Duração total: 48'07"

Trecho 1: 0'24" até 1'31"

Figura 3 – Fátima Bernardes (dir.) e William Bonner (esq.) durante a escalada do Jornal Nacional.



Fonte: VRJ Raridades⁵⁰

O telejornal começa com a escalada dos apresentadores que leem as manchetes das principais notícias da edição, de forma alternada. Em primeiríssimo plano, posicionada bem no centro do vídeo, aparece a apresentadora Fátima Bernardes, que faz a leitura da primeira manchete. Seu tom de voz é natural, porém, ela lê as notícias com certa rapidez. Pelo fato de as câmeras mostrarem os apresentadores dos ombros para cima, fica prejudicada a identificação de gestos, mas não se percebe uma mudança de postura. O cenário é predominantemente azul, mas devido ao ângulo da câmera, só é possível ver parte de um globo terrestre,

⁵⁰ YOUTUBE. **Jornal Nacional – 21/04/2004**. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=R_XXIMYQGyl> Acesso em: 08 de outubro de 2020.

suspensão, atrás da apresentadora. Todo este contexto permanece inalterado ao longo da escalada.

Fátima Bernardes (FB): O Presidente reage à crise política provocada pelo **escândalo** Valdomiro Diniz.

Imagem corta para William Bonner, em primeiríssimo plano. Quanto ao cenário, só possível ver a outra parte do globo terrestre atrás do apresentador. Seu tom de voz é natural e ele dá ênfase a uma ou mais palavras, mas sempre frisa bem a palavra final.

William Bonner (WB): Convoca uma reunião extraordinária de **ministros**.

Imagem corta para Fátima Bernardes, em primeiríssimo plano.

FB: Diz que é o **Congresso** *que deve decidir* se abre ou não uma comissão de **inquérito** (a apresentadora levanta as sobrancelhas e levemente projeta o queixo para a frente).

Imagem corta para William Bonner, em primeiríssimo plano.

WB: E **anuncia**.

Imagem em meio primeiro plano do então Presidente Luiz Inácio “Lula” da Silva, em declaração, rodeado de pessoas ao fundo.

Imagem corta para Fátima Bernardes, em primeiríssimo plano.

FB: A proibição dos bingos é *decidida no* **sétimo** dia da crise (a apresentadora levanta as sobrancelhas e levemente faz sinal de aprovação com a cabeça).

Imagem corta para William Bonner, em primeiríssimo plano.

WB: E depois da divulgação de **duas** novas denúncias.

Imagem corta para Fátima Bernardes, em primeiríssimo plano.

FB: Valdomiro Diniz negociou com Carlinhos Cachoeira em **2003**, quando *já era* assessor do Planalto (a apresentadora faz sinal positivo com a cabeça).

Imagem corta para William Bonner, em primeiríssimo plano.

WB: E o ex-chefe das loterias do Rio Grande do Sul acusa o **PT gaúcho** de usar dinheiro dos **bingos** em **campanha eleitoral**.

Imagem corta para Fátima Bernardes, em primeiríssimo plano.

FB: A reação do governo **diminuiu** a tensão no mercado financeiro.

Imagem corta para William Bonner, em meio primeiro plano.

WB: E o presidente da Câmara decide **acelerar** a reforma **política** (diminui o ritmo ao dizer a palavra).

Imagem corta para Fátima Bernardes, em primeiríssimo plano.

FB: E o Ministério Público paulista acusa o ex-prefeito de São Paulo, **Celso Pita**, de ter movimentado um milhão de dólares na Suíça (a apresentadora levanta a sobancelhas, demonstrando espanto).

Imagem corta para William Bonner, em primeiríssimo plano.

WB: O Superior Tribunal de Justiça decide que o traficante Beira-Mar fica *no presídio paulista* (Bonner levemente posta os ombros para trás e faz sinal positivo com a cabeça).

Imagem corta para Fátima Bernardes, em primeiríssimo plano.

FB: Cientistas anunciam uma **vacina** para tratar o **câncer de pulmão**.

Imagem corta para cena de foliões no Carnaval. William Bonner lê a manchete em forma de nota coberta e não aparece no vídeo.

WB: E o carnaval do Nordeste leva **milhões** de foliões para as **ruas**.

Imagem corta para Fátima Bernardes, em primeiríssimo plano.

FB: Agora, *no Jornal Nacional* (a apresentadora lê a notícia sorrindo e, ao mesmo tempo, faz sinal de aprovação com a cabeça).

Trecho 2: 1'33 até 2'18"

FB: Boa noite (ao dar “boa noite, Fátima se vira para a direita e aparece em plano médio. O enquadramento não mostra a bancada, por isso, não se veem suas mãos. Ao fundo, está o cenário, completamente azul, com a letras “J” e “N” aparecendo no lado esquerdo do vídeo).

FB: O Presidente Lula decidiu hoje **proibir** a operação de **bingos** e jogos caça níqueis no **Brasil**. Uma medida provisória será assinada ainda esta noite para publicação em edição **extraordinária** do Diário Oficial. Os bingos foram abertos no país em **1994**. A **condição** imposta originalmente para que funcionassem, era que destinassem **parte** do faturamento para **associações desportivas**. Mas ao longo dos anos, a ideia de **fortalecer** o esporte nacional foi totalmente desvirtuada. E surgiram **vários sinais** de que os **negócios** dos bingos estavam associados à contravenção e à lavagem de dinheiro. Até hoje, **muitas** empresas vinham operando os bingos com base em decisões liminares da justiça e **leis estaduais** (a apresentadora levanta as sobancelhas e frisa a palavra “ainda”, falando-a mais devagar; ela inclina a cabeça para o lado direito e dá ênfase para cada sílaba da

palavra; balança a cabeça em final de reprovação; projeta o queixo levemente para trás; inclina a cabeça para o lado direito e depois, para o esquerdo).

Imagem corta para William Bonner, em plano médio. O enquadramento não mostra a bancada, mas é possível ver parte das mãos do apresentador, que segura uma caneta. Ao fundo, está o cenário, completamente azul, com as letras “J” e “N” aparecendo no lado direito do vídeo.

Trecho 3: 35’04 até 35’10”

Com o término da previsão do tempo, corta-se para William Bonner, em plano médio. Suas mãos estão sobre a bancada. Com a mão direita ele segura uma caneta; já a esquerda segura a lauda. O tom de voz do apresentador é leve e ele destaca as palavras com entusiasmo. No lado esquerdo da tela está projetado o logo da emissora, adornado com adereços de Carnaval e ainda, a palavra “globeleza”.

WB: A temperatura é **altíssima** no carnaval de **Salvador**. **Boa noite, Giacomo Mancini** (Bonner se vira e aparece em meio primeiro plano. A tela está dividida entre sua e a sua imagem e a do repórter, que falará ao vivo no telejornal; sorri sem mostrar os dentes). Imagem em meio primeiro plano de William Bonner, dividindo a tela com o repórter Giacomo Mancini.

Trecho 4: 47’34” até 48’00

Após a entrada ao vivo da repórter Graziela Azevedo, direto do Sambódromo de São Paulo, a imagem corta para um plano geral dos apresentadores. Bonner está com as mãos sobre a bancada, Fátima está posicionada de forma semelhante, mas com um antebraço em cima do outro. Os dois estão com semblante e voz serenos. É possível ver, de maneira mais clara, como se constitui o cenário do JN. A bancada, de cor cinza, está em um set, um andar acima da redação. Atrás dos apresentadores, um enorme globo terrestre e abaixo, toda a redação do telejornal, que possui diversas telas, de tamanhos variados, mesas, computadores e pessoas trabalhando.

WB: *Graziela Azevedo* volta logo mais, porque a Rede Globo *transmite* o **desfile** das Escolas de Samba depois do Globo Repórter. E por causa da transmissão, **hoje** não haverá Jornal da Globo. **Boa noite** pra você (Bonner sorri; gesticula com a mão direita).

FB: *Uma boa noite pra você* e um **ótimo** carnaval (Fátima sorri e gesticula; seus gestos são discretos, sem tirar as mãos de cima da bancada e termina com uma mão por cima da outra).

A imagem corta para a redação do Jornal Nacional, que fica na parte de trás do set onde estão os apresentadores; por isso, não é possível visualizar se existe algum tipo de interação entre eles após o término do telejornal. Na redação é possível ver, além do globo terrestre azul, pessoas caminhando, mesas e computadores. A câmera faz o movimento *travelling*, passeando pelo estúdio.

5.1.4 Jornal Nacional, 2015

Data de Exibição: 27 de abril de 2015

Figura 4 – Renata Vasconcellos (esq.) e William Bonner (dir.) saem do cenário, caminhando, após o fim do JN.



Fonte: Denner TV⁵¹

Após matéria sobre superação no esporte, aparecem, em plano geral, William Bonner (à esquerda) e Renata Vasconcellos (à direita). Ambos estão sentados. Ele está com as mãos juntas e sobre a bancada. Ela está com os braços cruzados, também sobre a bancada e com um sorriso aberto. O cenário é predominantemente azul. A bancada é cinza, com luzes azuis na frente; em cima estão dois notebooks de cor preta e os scripts dos apresentadores; por estar um andar acima, é possível ver ao fundo a redação do Jornal Nacional, onde estão os jornalistas trabalhando em seus computadores e locomovendo-se pelo cenário. Esta edição é a primeira edição do

⁵¹ YOUTUBE. **Jornal Nacional – 27/04/2015** – Disponível em: <
<https://www.youtube.com/watch?v=XGHivPIQprQ>> Acesso em: 08 de outubro de 2020.

Jornal Nacional neste cenário. A mudança se deu em celebração aos 50 anos de fundação da Rede Globo.

William Bonner (WB): A dignidade e a grandeza dessa grande atleta brasileira encerra, com dignidade, esta primeira edição do Jornal Nacional dos próximos 50 anos da Rede Globo. Esta é a primeira dos próximos 50. Logo mais, depois de Tela Quente, tem o Jornal da Globo. Boa noite. (Prolonga a pronúncia da palavra “grandeza”; levanta as sobrancelhas ao dizer a palavras “grande” e “atleta”; começa a gesticular, tirando apenas os punhos da bancada e passa a falar, olhando para Renata que está sorrindo, sem mostrar os dentes, e também olhando para o colega; ao dizer a palavra “primeira”, levanta o braço direito na altura do peito e faz o sinal de “número um” com a mão; ao dizer “dos próximos 50 anos”, gesticula com a mão direita, fazendo sinal de “depois”; abaixa o braço e volta a juntar as mãos; Ao dizer “logo mais”, projeta sua mão direita, aberta, para a frente e volta a descansar a mão na bancada; diz “boa noite” com um sorriso discreto.

Renata Vasconcellos (RV): Uma ótima noite pra você. Até amanhã. (Sorri; cumprimenta com o rosto e continua sorrindo).

Após a despedida, a câmera se afasta dos apresentadores por três segundos. Após, a imagem é de outra câmera, que enquadra a bancada de modo diagonal, sendo vista de cima, no canto superior direito da tela. Ao fundo, se vê a parede do estúdio e abaixo, a redação. Os apresentadores arrumam seus scripts sobre a bancada, enquanto começam a subir os créditos. Na sequência, os apresentadores começam a conversar e levantam. Já de pé, Renata passa por trás de Bonner e caminha em direção ao canto inferior esquerdo da tela; Bonner faz o mesmo trajeto ao lado de Renata. Enquanto caminham, em direção ao canto inferior esquerdo da tela, Renata sorri e Bonner acena para alguém. Ambos saem do enquadramento e não são mais vistos. Os créditos terminam de subir com a bancada vazia.

5.1.5 Jornal Nacional, 2015

Data de Exibição: 25 de novembro de 2015

Duração total: 34'52''

Trecho 1: 0'04'' até 1'22''

Figura 5 – Renata Vasconcellos (dir.) e William Bonner (esq.) durante a escalada do Jornal Nacional.



Fonte: Wellington Junior⁵²

Em grande plano geral aparecem os apresentadores Renata Vasconcellos (à direita) e William Bonner (à esquerda). Eles estão sentados, com as mãos sobre a bancada. Estão com semblante sério e não gesticulam. Os dois têm tom de voz firme e dão destaque à pronúncia das palavras mais importantes da manchete e também à última. Assim como o chão, a bancada é cinza e está posicionada em um set acima da redação, que pode ser vista na imagem. Além das laudas, também há dois notebooks em frente aos apresentadores. Bem ao fundo, há um enorme painel onde são projetadas as artes que ilustram as notícias. No entanto, nesse momento o painel do estúdio é azul claro, com as letras “J” e “N” em azul escuro. Enquanto os apresentadores fazem a saudação, a câmera se movimenta em *zoom in*, saindo de um grande plano geral para um plano geral.

Renata Vasconcellos (RV): Boa noite.

William Bonner (WB): Boa noite.

RV: A lama da corrupção produz um fato **inédito** na história da **República**.

Bonner se vira levemente para o lado esquerdo, no momento em que a imagem é cortada para um meio primeiro plano, onde é possível ver o apresentador apenas pouco abaixo dos ombros.

WB: O Supremo Tribunal Federal manda **pra cadeia** um senador em exercício de mandato (ele dá bastante ênfase para cada sílaba das palavras).

Imagem corta para Renata Vasconcellos, em primeiríssimo plano.

⁵² YOUTUBE. **Jornal Nacional – 22/11/2015** – Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6wnWlw9UcJg> Acesso em: 08 de outubro de 2020.

RV: O **líder** do governo, Delcídio do Amaral, do **Partido dos Trabalhadores**, é acusado de obstruir investigações da **Lava Jato**.

Imagem corta para William Bonner, em primeiríssimo plano.

WB: E de oferecer **dinheiro** ao ex-diretor da Petrobrás, **Nestor Cerveró**, *pra não ser delatado* (Bonner ergue uma das sobrelhas e inclina o rosto para o lado).

Imagem corta para Renata Vasconcellos, em meio primeiro plano.

RV: E o ex-sócio do Banco **BTG**, André Esteves, de participar da tentativa de **suborno** (na metade da frase, corta para a imagem de André Esteves. Renata conclui a frase em forma de nota coberta).

Imagem corta para William Bonner, em primeiríssimo plano.

WB: A segunda turma do Supremo **apóia** a decisão do ministro Teori **Zavascki**.

Imagem corta para Renata Vasconcellos, em meio primeiro plano.

RV: E com **repúdio veemente** a corrupção revelada na Operação **Lava-Jato** (as palavras são ditas com veemência; a expressão de Renata é de desaprovação).

Imagem corta para declaração da ministra do Supremo Tribunal Federal, Carmen Lúcia.

Imagem corta para William Bonner, em primeiríssimo plano.

WB: E a Constituição **determina**.

Imagem corta para Renata Vasconcellos, em primeiríssimo plano.

RV: É o **Senado** que delibera se Delcídio fica *preso ou não* (inclina o rosto para a direita e a esquerda).

Imagem corta para William Bonner, em primeiríssimo plano.

WB: E os senadores passam **horas** debatendo se o voto vai ser **secreto ou aberto** (Bonner aumenta o tempo de pronúncia da palavra “horas”; após dizê-la, corta para a imagem de senadores debatendo; Bonner termina de ler em forma de nota coberta).

Aparecem os apresentadores em grande plano geral. No entanto, a câmara os mostra de cima para baixo (*plongée*), colocando-os bem no canto inferior direito do vídeo. Ambos estão com as mãos sobre a bancada, o detalhe é que Bonner não está olhando para a câmara e sim, para Renata. As características do cenário são as mesmas já descritas no início da decupagem desta edição.

RV: Veja **agora** no Jornal **Nacional**.

Trecho 2: 1'27" a 1'50"

Com o término da vinheta, aparecem os apresentadores em plano geral. Ambos estão sérios. A partir da leitura da cabeça da matéria, a câmera dá zoom in em Renata até que a imagem esteja plano médio. No grande telão do estúdio, se projeta um grande cano de esgoto de onde saem notas de dinheiro.

RV: A Polícia Federal prendeu hoje cedo o senador do **PT** e **líder** de governo **Delcídio do Amaral**, o **chefe** de gabinete dele e o banqueiro **André Esteves**. *A Procuradoria Geral da República suspeita que eles tentaram atrapalhar as investigações da Operação Lava Jato* (a apresentadora gesticula com a mão esquerda).

A imagem corta para um meio primeiro plano de Renata. Ela está com o semblante “fechado”.

RV: Na **história** da República, Delcídio é o **primeiro** senador preso durante o **exercício do mandato** (franze a testa).

Entra reportagem.

Trecho 3: 26'50" a 27'08"

Figura 6 – William Bonner caminhando pelo estúdio.



Fonte: Wellington Junior⁵³

Em grande plano geral aparecem os apresentadores do JN. Bonner está de pé, do lado esquerdo do vídeo. Renata está sentada e olhando para o colega. A

⁵³ YOUTUBE. **Jornal Nacional – 22/11/2015** – Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6wnWlw9Ucig> Acesso em: 08 de outubro de 2020.

câmera enquadra a bancada de modo diagonal, sendo vista de cima, no canto inferior direito. Ao fundo, se vê a parede do estúdio e abaixo, a redação.

WB: *Você deve ter desconfiado de uma informação que a Organização Mundial Meteorológica divulgou hoje, mas é que este deverá ser o ano mais quente da história, já registrado.* Hein, **Eliana Marques**? Boa noite pra **você**. **Por que** isso, **hein**? (Bonner está caminhando; ele passa pela frente da bancada e de Renata, até chegar a um painel, onde aparece a imagem, ao vivo, da repórter Eliana Marques, que dará a previsão do tempo; ele segura uma folha na mão direita e gesticula durante todo o trajeto. Quando para de caminhar, a imagem está em plano geral, enquadrando Bonner e Eliana; ele está de frente para ela, ficando de lado para a câmera e de costas para a bancada, que não aparece mais na imagem; Eliana está sorrindo; os dois interagem com naturalidade, ela responde ao boa noite e na sequência, a imagem corta para o seu estúdio, onde a repórter aparece em plano geral.)

Trecho 4: 33'24" até 34'52"

Ao fim de uma reportagem sobre inclusão social na capoeira, a imagem volta para o estúdio onde aparece Renata Vasconcellos em plano geral, de pé e de costas para o painel do estúdio. Ela está segurando uma folha. Na tela, está o repórter Júlio Mosquera.

RV: Nós vamos voltar **agora** ao vivo a Brasília, pra conversar com o repórter Júlio Mosquera, *porque o Senado está decidindo neste momento se, *hã*, o senador Delcídio do Amaral permanece ou não na cadeia, na prisão.* Júlio (como está de costas para o painel, ela faz um sinal para trás com a mão, apontando a tela; ela começa a se virar para a tela, levanta as sobrancelhas e faz gestos com a mãos para dar mais destaque às palavras principais; ela se atrapalha, fecha rapidamente os olhos para recordar o texto; termina posicionada de frente para o painel, de lado para a câmera e de costas para a bancada.

Após a entrada do repórter Júlio Mosquera, a imagem retorna para o estúdio, Renata está na mesma posição anterior. Ao fim da passagem, volta a imagem para a apresentadora, em plano geral, que permanece de pé, em frente ao painel.

RV: "Brigada", Júlio Mosquera, pelas suas **informações**. A gente vai continuar **acompanhando** (gesticula com a mão direita).

A apresentadora se vira para uma outra câmera e a imagem fica em meio primeiro plano. Ao fundo, está a redação do JN e o grande painel com as letras do telejornal.

RV: E logo mais, **você sabe**, depois de *A Regra do Jogo*, tem **decisão** da Copa do Brasil, **ao vivo**, aqui na Globo. **Santos** e **Palmeiras** fazem a **primeira** partida das finais, na **Vila Belmiro**. **Uma boa noite pra você** (tom de voz tranquilizador e calmo; a apresentadora movimentava o queixo para trás e depois inclina o rosto para a direita; ela sorri ao dar boa noite).

Imagem corta para William Bonner, em plano médio. Ele está sentado, com as mãos sobre a bancada e dedos entrelaçados, posicionado no lado direito da tela, enquanto no lado esquerdo se vê o grande telão e a redação do JN.

WB: **Uma boa noite** e a gente volta a qualquer momento **com a votação** em Brasília. **Até já** (ele levanta o braço e faz dois sinais com o dedo indicador em direção ao painel, onde o repórter trazia informações do Senado; prende os lábios).

Enquadramento em *zoom out*, saindo de um plano médio para grande plano geral. Bonner arruma suas folhas, enquanto Renata se reaproxima da bancada e senta. A apresentadora mexe no cabelo e começa a conversar com o colega de bancada até o fim dos créditos.

5.1.6 Jornal Nacional, 2020

Data de Exibição: 06 de março de 2020

Duração total: 34'52"

Trecho 1: 0'03 até 4'49"

Figura 7 – Abertura do Jornal Nacional



Fonte: Globoplay⁵⁴

⁵⁴ GLOBOPLAY. **Jornal Nacional, Íntegra 06/03/2020**. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8380363/programa/?s=28m02s> Acesso em: 08 de outubro de 2020.

Em plano geral aparecem os apresentadores Renata Vasconcellos (à direita) e William Bonner (à esquerda). Eles estão sentados, com as mãos sobre a bancada. Estão com os semblantes sérios e não gesticulam. Os dois têm tom de voz firme e dão destaque à pronúncia das palavras mais importantes da manchete e também à última. A parte cima da bancada é preta; a frente apresenta um cinza escuro e sobre ela estão dois notebooks. A bancada está no centro da redação e à altura dos jornalistas, que também aparecem neste contexto. Atrás dos apresentadores estão telas retráteis que mostram diversos cenários. Durante a escalada, as telas são azuis, e com as letras “J” e “N” em tamanho grande, em frente ao desenho do mapa terrestre, também em azul.

William Bonner (WB): Boa noite.

Renata Vasconcellos (RV): Boa noite.

WB: Mais de 100 mil casos de coronavírus no mundo (franze as sobrancelhas).

RV: O Ministério da Saúde confirma **treze** no **Brasil** (a partir da palavra saúde, a imagem corta para o então ministro, Luiz Henrique Mandetta; o restante da frase é lido em forma de nota coberta).

WB: E decide **ampliar** o horário de atendimento nas **Upas**.

RV: O Ibovespa despenca 4,14% (tom de voz alto).

WB: Mas o **dólar** fecha em **baixa** pela primeira vez em **12 dias** (imagem corta para primeiríssimo plano de duas mãos contando dólares. O restante da leitura é feito em forma de nota coberta).

RV: A região da Baixada Santista procura **46** pessoas desaparecidas há **quatro dias** (toda a leitura é feita em forma de nota coberta. Na imagem, aparecem os deslizamentos de terra da baixada santista).

WB: E **32 mortes** estão **confirmadas** (tom de voz enfático; mexe a cabeça para a frente).

RV: O Governo planeja criar quase **130 recifes artificiais** no litoral **brasileiro** (leitura em nota coberta, com imagens de recifes artificiais).

WB: E ambientalistas **alertam** para os **riscos** que isso representa.

RV: Ronaldinho Gaúcho passa **horas** se explicando a autoridades da **justiça paraguaia** (aumenta o tempo de pronúncia da palavra).

WB: E **Tite** convoca a Seleção para as eliminatórias da **Copa** (leitura em forma de nota coberta com a imagem do técnico Tite).

RV: O **Jornal Nacional** começa **agora** (sorri discretamente; faz sinal positivo com a cabeça).

Enquanto roda a vinheta do telejornal, a câmera está em grande plano geral. Na imagem se vê a redação do JN de cima para baixo (plongée). Em *travelling*, ela viaja do seu ponto de partida, a parte de trás do painel da bancada até que os apresentadores aparecem de frente, ainda em grande plano geral. O movimento termina junto com o final da vinheta. A partir disso, a imagem corta para William Bonner, em plano médio, no centro da tela, com as mãos sobre a bancada. Atrás está o painel com a imagem do que seria o vírus da Covid-19 vista em um microscópio. O vírus está representado na cor amarela e o painel em vermelho.

WB: **Subiu** o número de casos confirmados do novo coronavírus. Agora são **13** pessoas com a **doença** (franze a testa).

Imagem corta para a matéria que trata sobre os primeiros casos de coronavírus no Brasil. Após, aparece Renata Vasconcellos, em plano médio, mais à direita da tela. Suas mãos estão bem próximas.

RV: As medidas propostas pelo Governo demonstram a **importância** de **evitar** uma sobrecarga no sistema de saúde **neste momento** (gesticula sem tirar as mãos de cima da bancada e levanta as sobrancelhas; franze a testa).

Após, roda matéria sobre o tema.

Trecho 2: 25'40" até 25'51"

Após reportagem que mostrava os deslizamentos de terra provocados pela chuva na Baixada Santista, a imagem corta para o estúdio do JN. Em plano geral, Bonner e Renata estão sentados, mas a apresentadora está posicionada para se levantar, com a cadeira virada para o lado direito.

Renata Vasconcellos (RV): **Hora** de saber como fica o tempo nesse **final de semana**. **"Vamo"** conversar com a Anne Lottermann. **Boa noite, Anne** (Renata levanta as sobrancelhas; caminha em direção ao painel, que fica no lado direito do vídeo, onde está a repórter Anne Lottermann; Renata fica de costas para a bancada, que deixa de aparecer, de frente para o painel e levemente de lado para o

telespectador; enquanto caminha, o enquadramento continua o mesmo e câmera, em *travelling*, apanha o trajeto de Renata; Renata e Anne sorriem uma para a outra).

Trecho 3: 42'01 até 43'21"

Figura 8 – Renata Vasconcellos (dir.) e William Bonner (esq.) na despedida do Jornal Nacional.



Fonte: Globoplay⁵⁵

Após reportagem sobre os jogadores convocados para a Seleção Brasileira de Futebol, aparece William Bonner, em primeiríssimo plano. Ao fundo, só se vê o painel azul do estúdio com as letras “J” e “N” em destaque.

WB: Você encontra as **duas** listas de convocados na **página** do *Jornal Nacional*, **na internet** (mais ênfase para a palavra; tom de voz “leve”, mas sem sorrir; aparece GC com o endereço da página).

Imagem corta para Renata Vasconcellos, em plano médio. Ela está bem ao lado esquerdo da tela e sorri. Está com as mãos entrelaçadas em cima da bancada. Ao fundo está projetado o logo do programa Globo Repórter e o painel está na cor branca.

RV: E o **Globo Repórter** de hoje é uma **viagem** às Ilhas **Canárias**, na **Espanha** (ela lê toda a cabeça da matéria sorrindo; seu tom de voz é leve e entusiasmado; ela gesticula e ao fim, volta a entrelaçar as mãos, quando projeta seu tronco para a frente).

⁵⁵ GLOBOPLAY. **Jornal Nacional, Íntegra 06/03/2020**. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8380363/programa/?s=28m02s>> Acesso em: 08 de outubro de 2020.

Imagem corta matéria que antecipa atrações do Globo Repórter. Após, imagem volta para o estúdio. Aparecem Renata e William, em plano médio. Os dois estão sorrindo. Renata está com os cotovelos em cima da bancada e as mãos entrelaçadas na altura do queixo.

WB: E *logo* depois tem as **notícias** do Jornal da **Globo. Boa noite** (aponta com dedo para câmera; franze os lábios; ao longo da leitura, Renata olha para o colega de bancada).

RV: **Boa noite. Bom final de semana** (Renata passa a olhar para a câmera, desentrelaça as mãos e as repousa sobre a bancada; lê o texto sorrindo).

O fim do telejornal segue o caminho inverso da abertura. Após a saudação final, a câmera está em grande plano geral. Na imagem se veem Bonner e Renata, que interagem de forma descontraída, com gestos e sorrisos. *Em travelling*, o enquadramento sai do seu ponto de partida, a bancada, até a parte de trás de onde ficam os apresentadores, ainda em grande plano geral. Ao longo desse contexto, também se vê redação do JN, com os jornalistas trabalhando em seus computadores e caminhando pelo espaço. O movimento termina junto com o final dos créditos.

5.2 ANÁLISE

Concluída a decupagem dos trechos de seis edições do Jornal Nacional, ao longo da história, este subcapítulo destina-se à análise desses recortes, com o objetivo de identificar-se a performance e analisar sua presença no Jornal Nacional, a partir do avanço da tecnologia e do desenvolvimento no modo de apresentar as notícias, e, ainda, contextualizar as edições estudadas a partir dos capítulos anteriores desta monografia.

O título deste trabalho, “A performance dos apresentadores do Jornal Nacional: um resgate histórico e uma análise contemporânea” evoca a intenção do pesquisador em responder como essa performance foi (e em que medida), ou não, modificada com o surgimento de novas tecnologias e, principalmente, da internet.

Conforme exemplifica Paternostro (1999), a comunicação é o que torna a relação entre os homens possível, e o telejornalismo tem importante papel nesse contexto, porque como observa Curado (2002), o telespectador não lê a notícia e, sim, vê os apresentadores que leem as informações, e aí reside grande parte da responsabilidade desses profissionais.

Para a produção dessa análise, se considerou a história da televisão no Brasil, refletindo sobre como suas fases de desenvolvimento conduziram até o atual estágio de interatividade, mobilidade e portabilidade, onde todos podem ser participantes e os conteúdos podem ser vistos, por mais de uma vez, em diversas plataformas. Esse apanhado histórico conduz para as origens do telejornalismo, os elementos que o compõe e também as características que foram sendo adaptadas a partir dos processos de convergência das mídias, modificadores da comunicação entre emissor e receptor.

As mudanças em todos esses aspectos foram acompanhadas pela performance, que consiste em uma ação realizada por uma ou mais pessoas para impressionar, entreter ou chamar a atenção de quem assiste. Além de analisar as mudanças da performance dos apresentadores do JN, que vão além de gestos e movimentos, mas também está nos enquadramentos das câmeras e na construção dos cenários do telejornal, reflete-se sobre como a performance busca captar a atenção e a percepção dos consumidores.

A análise inicia a partir da decupagem da edição do Jornal Nacional de 1986. O trecho 1 apresenta a escalada do telejornal. Percebeu-se o estilo radiofônico dos apresentadores, de tom de voz firme e potente, com todas as manchetes ditas da mesma maneira rápida. O texto também era composto por frases curtas e bem pontuadas. Isso se dava porque, de acordo com Kneipp (2008), as tecnologias do rádio e da TV não se diferenciam em grande escala. A autora explica que na origem do telejornalismo brasileiro não se tinha experiência sobre como exercê-lo; para buscar credibilidade, consideravam-se essas características comportamentais e vocais como as mais corretas.

Mesmo a TV estando em sua quarta fase de desenvolvimento, como visto no capítulo 2, e o JN há quase 20 anos no ar, Kneipp (2008) revela que a presença dos locutores ainda deixava os telejornais enraizados na linguagem do rádio. Percebeu-se que os profissionais não tinham identidade própria que refletisse na maneira de apresentar o JN e narrar os fatos. A impressão é que se ouvia sempre a mesma notícia ou se via sempre a mesma cena, mesmo que o apresentador fosse diferente.

Ao longo de toda a escalada não há qualquer movimento de câmera ou de lente, frisando o formato “duro” do telejornal naquela época. Já os trechos 2 e 3 da edição de 1986 apresentam as primeiras variações de enquadramento, mesmo assim, de forma muito discreta, sendo o plano médio o enquadramento mais aberto

do telejornal e utilizado com pouca frequência, já que o primeiríssimo plano estava presente na maioria das inserções estudadas na decupagem.

É somente no trecho 4, após o tradicional boa noite de Cid Moreira, que os apresentadores são enquadrados no mesmo plano (plano geral), onde é possível vê-los interagindo, ainda que discretamente, e revela-se o cenário. Este era composto de uma bancada com telas atrás dos apresentadores; quando elas não ilustravam matérias, mostravam partes do globo terrestre.

Segundo o que se explica por meio de Paternostro (1999), no capítulo 3, o texto lido pelo apresentador deve ser imediatamente entendido pelo público. Muito embora essa tarefa seja necessária até hoje, em uma época em que a internet não estava implementada no Brasil, a responsabilidade do único telejornal brasileiro transmitido em rede nacional de se fazer entender, com clareza e exatidão, era muito maior.

Os quatro trechos decupados da edição de 1986 discorreram sobre o desastre nuclear de Chernobyl, ou seja, um assunto de caráter internacional. O JN talvez fosse o único veículo de imprensa capaz de dar tantas informações exclusivas sobre o tema, por isso, tamanha objetividade, já que o público não teria outra oportunidade de assistir a edição ou até mesmo, de receber aquelas informações. Esses fatores fizeram com que a performance dos apresentadores, naquela edição, buscasse a neutralidade de gestos e expressões, que só são percebidas enquanto sobem os créditos após o fim do telejornal.

Não se procura concluir se o público de fato compreendia as notícias dessa forma, mas subentende-se que a capacidade de atenção do telespectador precisava ser muito maior, já que a forma como se liam as notícias e a maneira como os apresentadores se portavam em frente às câmeras era muito semelhante. Andrade (in MEMÓRIA GLOBO, 2019) pontua que um texto em telejornal não pode ser explicativo demais, no entanto, a ausência de recursos gráficos e de imagem e a não utilização de entradas ao vivo, nesta edição estudada, demandou uma explicação longa, que ocupou mais de um bloco, o que pode ter acarretado no cansaço ou desinteresse do público, caso a notícia não lhe prendesse, particularmente, a atenção.

Albuquerque (2012), no capítulo 4, diz que o corpo é o suporte que contém a informação, no entanto, no exemplo da edição de 1986 é a voz que sustenta esse papel, através de uma performance quase que exclusivamente oral. Os

apresentadores, tampouco o cenário, estavam lá para serem notados. A interação inexistente ao longo do telejornal e os selos discretos para ilustrar as notícias são a prova de que o texto era o elemento primordial para ser notado. Mas a oralidade superestimada não significava muita variação no tom de voz ou no ritmo da locução.

Naquele final da década de 1980, acredita-se que público não demandava que os apresentadores se movimentassem, sorrissem ou tecessem comentários. Nesse que foi o início da quarta fase de desenvolvimento da TV, a escassez de recursos dificultava a incorporação da performance a elementos além da voz. A ausência de outras tecnologias, e também de outros canais, facilitava essa proposta quase inimaginável, na atualidade.

O formato de um programa, conforme Duarte e Castro (2007) explicam no capítulo 3, é escolhido de acordo, dentre outros fatores, com o perfil dos telespectadores e o que eles esperam assistir e sentir na TV. Tratando-se do JN, a exigência maior do público parece ser relacionada apenas à credibilidade da informação, que naquela época pode ter sido considerada sinônimo de seriedade. No capítulo 3, Dejavitte (2008) repercute que o entretenimento era visto com um subproduto do jornalismo e uma via de distração da informação considerada confiável e de qualidade.

A partir das observações de Machado (2009), no capítulo 2, se verifica que durante a apresentação de um telejornal, a voz que lê a notícia está sempre unida ao corpo que está submetido ao seu espaço físico. Portanto, adotar uma postura mais coloquial ou até mesmo despojada, não era uma opção, pelo ponto de vista da credibilidade, àquela época, mas também pela limitação de espaço e de enquadramento que incidia sobre os apresentadores.

No trecho dois, Celso Freitas aborda, além do desastre de Chernobyl, os danos causados por uma enchente no Nordeste. Há um intervalo de dois segundos entre o fim de uma nota simples e o início de outra, com o enquadramento em plano médio, inalterado. Essa constância demandava um alto grau de atenção do público que precisava estar concentrado para notar a troca abrupta, mas quase imperceptível de tema.

Durante o capítulo 4, Kandel (2009) discorre que a capacidade de atenção de um indivíduo em algo está ligada ao interesse que este possui pelo que está vendo/fazendo. Na atualidade, se é “bombardeado” por inúmeras informações quase que todo o tempo; por isso, os telejornais carecem de técnicas de performance para

que o telespectador permaneça assistindo. No entanto, essa competitividade não existia na proporção atual, em 1986. A dispersão talvez fosse menor devido aos fatores já apresentados.

Os tons claros do estúdio e da bancada, na edição de 1986, destoam da proposta atual dos telejornais noturnos, em que a cor azul é predominante. A adoção da cor azul, no Jornal Nacional, adotada a partir da década de 1990, procura estabelecer a harmonia entre os elementos que o compõe. Por exemplo, os tons mais “frios” como o azul, além de combinarem com a noite (onde há menor claridade), segundo Guimarães (2002), trazem a sensação de tranquilidade, enquanto as cores quentes (como o amarelo e o vermelho), geralmente utilizadas nos jornais durante o dia, vão ao encontro da disposição necessária durante o dia.

Guimarães (2001) discorre sobre a intencionalidade dos veículos de comunicação na aplicação das cores, que adquirem um caráter simbólico, no sentido de chamar a atenção de quem vê. De acordo com o Guimarães (2003), a cor é um símbolo de recepção instantânea, ou seja, é o primeiro ponto a se reparar quando nos deparamos com uma imagem, antes mesmo de interpretá-la.

Santaella (2001) pontua, no capítulo 3, que a comunicação entre emissor e receptor pode ser feita de diversas formas. Com isso, reflete-se que por meio das cores também se estabelece uma maneira de se comunicar. Sobre a adoção da cor azul no JN, procurou-se entender, a partir de Guimarães (2003), que as cores menos intensas facilitam o processo de entendimento das informações.

Na edição do Jornal Nacional de 1996 percebem-se mudanças que transformaram, ainda na segunda metade da década de 1990, o modo de fazer no JN. A televisão estava em sua quinta fase de desenvolvimento da televisão, como apresentado no capítulo 2. Nesse período, se deu o início da globalização e o surgimento da TV segmentada. O maior leque de opções relacionado ao que assistir, pode ter colaborado com a atitude de tornar o JN uma atração mais dinâmica, que saísse do padrão de locução.

Também no capítulo 2, Mattos (2010) destaca o aumento da competitividade entre as emissoras, que acarretou em uma profissionalização dos processos de produção e de apresentação. As presenças de Fátima Bernardes e William Bonner evidenciaram a mudança editorial da Rede Globo, que passou a utilizar jornalistas como apresentadores, ao invés de locutores, conforme explicado no capítulo 3.

Schroder (in MEMÓRIA GLOBO, 2004) justificou a mudança na apresentação do JN dizendo que ela aconteceu para que o telejornal ganhasse mais agilidade, não apenas na apresentação, mas na apuração dos fatos. Relaciona-se esse aspecto com a adoção do “Padrão Globo de Qualidade”, abordada no capítulo 2, e que consiste, dentre outros elementos, em um ritmo mais dinâmico na apresentação e em uma maior profissionalização, não apenas dos apresentadores, mas dos recursos necessários para que a programação, como um todo, fosse ao ar.

Durante a escalada da edição de 1996, descrita no trecho 1 da decupagem, embora o enquadramento permaneça em primeiríssimo plano, a partir da presença dos apresentadores, a performance é mais perceptível. Contribuiu a variedade de temas e principalmente a presença do esporte, deixando a narração menos tensa e até rendendo sorrisos discretos. Outra alteração foi a inserção de pequenos trechos de matérias na escalada, presença do repórter e notas cobertas, que faziam com que o telejornal, desde o início, não se resumisse apenas à imagem dos apresentadores na bancada.

No trecho 2 da edição de 1996 é possível ver as mãos de William Bonner e perceber a performance, a partir de movimentações corporais. Por exemplo, na frase “o aumento da **violência** nas grandes cidades *cria um exército paralelo*”, ao dizer a palavra paralelo, o apresentador deixa uma de suas mãos em paralelo com a outra. Stanislavski (2007), cujo pensamento está no capítulo 4, aponta que todo ator e neste caso, apresentador, tem um objetivo com sua encenação. A de Bonner, combina voz e gestos, tornando a emissão da notícia mais lúdica. A ênfase em uma palavra chave e na palavra final reforçam para o que o público precisa atentar.

Esse destaque às palavras na forma de emití-las provoca estímulos no cérebro dos telespectadores. A definição de atenção voluntária, por James apud Kandel (2009), no capítulo 4, dispõe que o indivíduo fica em sinal de atenção após um estímulo externo, se compreende que o tom de voz dos apresentadores tem o intuito de fazer-se notar.

O trecho 3 da mesma edição mostra os apresentadores em grande plano geral, com a lente em *zoom in* para William Bonner, até que ele fique em plano médio. Mesmo com a variação de enquadramento, os apresentadores não se movimentam; é a troca de lente que traz a percepção de movimento, mas os personagens seguem parados. Esse exemplo evidencia que as imagens são também parte da performance

e se aliam à fala do apresentador, que lamenta a notícia de mortes provocadas pela hemodiálise, no estado de Pernambuco.

Ainda durante o trecho 3 da edição de 1996, Fátima Bernardes aparece ao lado direito do vídeo, enquanto do outro lado está uma arte gráfica que ilustra a matéria. Segundo o que Machado (2009) explica no capítulo 3, um telejornal é composto por gravações, fotografias, gráficos, materiais de arquivo, texto e locução; isso vale tanto para a utilização dos recursos gráficos quanto para a presença de trechos de matérias e imagens ainda na escalada. No capítulo 3, Curado (2002) aponta que o enquadramento e os efeitos especiais, junto ao corpo e à voz do apresentador traduzem a intenção do contexto, que neste caso é o de ilustrar o que se está falando, buscando facilitar a compreensão do público.

O encerramento desta edição ocorre de forma leve, com os apresentadores sorrindo, mesmo que discretamente. No capítulo 4, Marcondes Filho (2002) pontua sobre a capacidade dos programas de TV de eliminarem angústias e sofrimentos do telespectador por meio do espetáculo, do mascaramento da realidade. O “boa noite” sorridente após uma edição que apresentou notícias de violência, morte e corrupção, funciona como uma ironia, mas também como um recado de “continue com a gente, está tudo bem”.

A intenção do telejornal de procurar tranquilizar o telespectador está na tentativa de mexer com o imaginário do público, por meio da representação de uma realidade formatada simbolicamente. O objetivo, segundo Marcondes Filho (2002), no capítulo 3, é o de desconectar o telespectador das preocupações e problemas externos. No capítulo 4, Juremir Machado (2003) significa o imaginário como uma linguagem em que o público, a partir da sua compreensão, se deixa levar por ela, aceitando suas regras e até mesmo imposições.

A chegada do século XXI foi de comemoração pelos 35 anos de fundação da Rede Globo. Para marcar a data, o Jornal Nacional passou por uma grande transformação. A bancada saiu do estúdio e foi para o andar acima da redação, em uma espécie de mezanino. Além dos apresentadores, passou-se a ver toda a equipe de profissionais do JN e um enorme globo terrestre suspenso, lembrando dos primeiros tempos.

O ar futurista do novo cenário pode ser compreendido como uma tentativa de mexer com o imaginário do público. Ao longo do capítulo 4, Debord (2004) pontua que afetar o imaginário de quem assiste faz parte da narrativa da mídia para manter sua

audiência, como já se abordou nesta análise. A previsão de que os anos 2000 seriam de ainda mais desenvolvimento tecnológico e nas relações sociais se comprovou. Conforme pontuado no capítulo 2, a interação do público aumentou, com o início da internet e também pelo celular.

O começo do novo século também foi do início da sexta fase do desenvolvimento da TV. Mattos (2010) define esse período como o espaço para a convergência digital e a melhora na estética dos televisores, que gradualmente passaram a ser de tela plana, ainda no início da migração para o sinal digital, que ainda está sendo implementado. Moura e Miranda (2016) pontuam que essas mudanças colaboraram para um novo tipo de consumo, onde o telespectador exige cada vez mais interatividade e independência, tendo à disposição uma televisão cada vez mais segmentada.

A escalada da edição de 2004 do Jornal Nacional, descrita no trecho 1, dá grande destaque ao “caso Valdomiro Diniz”, que acarretou na proibição do funcionamento dos bingos no Brasil. Das 13 frases lidas pelos apresentadores, na escalada, oito foram sobre este tema. Pode-se entender que essa opção vem dos valores-notícia do jornalismo propostos por Alsina (2009) e levados em conta por Bonner (in MEMÓRIA GLOBO, 2019), editor-chefe do JN, para a construção de uma edição do telejornal, conforme explicado no capítulo 3. A abrangência e a complexidade do assunto parecem ter sido determinantes para a adoção dessa linha.

No trecho 2, que consiste em uma nota simples sobre o “caso Valdomiro Diniz”, Fátima Bernardes explica detalhadamente sobre o tema e, ainda, sobre a origem dos bingos no Brasil. Posicionada do lado esquerdo do vídeo com as letras “J” e “N” no lado direito, não há arte gráfica e nem a inserção de imagens. Para sustentar longos 45 segundos de fala, a apresentadora utiliza-se de gestos e expressões faciais para se fazer entendida e notada.

A partir do parágrafo anterior, traça-se uma comparação com a edição de 1986, onde igualmente não havia recursos de imagens durante as notas sobre o desastre nuclear de Chernobyl. Porém, na edição de 2004, a lente mais aberta e utilização de gestos, expressões faciais e as reações de indignação expressadas no tom de voz da apresentadora, podem ter colaborado para que a visualização da imagem fosse menos cansativa e de melhor entendimento, mesmo sem a utilização de imagens.

Goffman apud Schechner (2006), no capítulo 4, afirmam que o performer exerce uma ação para impressionar ou chamar a atenção de alguém. No trecho citado

no último parágrafo, Fátima Bernardes se comporta como se estivesse em uma conversa com outra pessoa. Quando diz a frase “a ideia de **fortalecer** o esporte nacional **foi totalmente desvirtuada**”, seu tom de voz é de indignação, como a representar uma possível revolta do telespectador com a notícia; esse pensamento vai ao encontro de Cohen (2002), que no capítulo 4 pontua que a performance consiste em provocar uma reação no público através do performer (neste caso, Fátima Bernardes).

Se, antes, os apresentadores buscavam a neutralidade perante os assuntos, agora eles demonstram reações através de uma performance com mais expressões, gestos, tons de voz e enquadramentos de câmera, além das mudanças de cenário e cores. O surgimento e a popularização da internet no Brasil ocasionaram (ou estimularam) uma necessidade das pessoas se relacionarem com outros indivíduos, sentirem-se parte das discussões, presentes nos telejornais e mais tarde, até se tornarem produtoras de conteúdo. Por isso, é cada vez mais necessário aproximar o veículo e seus produtos do público.

No capítulo 2, Santaella (2001) estimula que o público exercite a interpretação das mensagens, questionando o modo como elas são difundidas. A partir disso, se deduz que a autora busca mostrar que o receptor tome uma posição mais questionadora e ativa perante a programação.

O trecho 3 da edição de 2004 traça uma sequência interessante. Com o término da previsão do tempo, William Bonner chama o repórter com a frase: “A temperatura é **altíssima** no carnaval de Salvador. **Boa noite**, Giacomo Mancini”. Bonner esboça um sorriso ao ler a chamada ao repórter. A junção de entretenimento e informação origina o termo infotenimento, proposto por Dejavitte (2008), no capítulo 3, que consiste em uma notícia ou manifestação que informa e ao mesmo tempo descontrai.

O sorriso esboçado por Bonner pode ser uma forma de enfatizar uma performance de aproximação com o público, reforçando a ideia da linguagem que entretém; no entanto, Souza (2004) enfatiza, ao longo do capítulo 3, que entretenimento não necessariamente significa divertir. Entende-se que entreter está atrelado à capacidade de captar a atenção do indivíduo e conforme viu-se no capítulo 4, a atenção não está ligada à diversão ou ao prazer, mas, sim, à veiculação de uma notícia que prenda a atenção do usuário, em se tratando de um telejornal – neste caso, o Jornal Nacional.

Ao contrário das primeiras décadas do telejornalismo, o entretenimento deixou de ser uma via de distração e passou a ser uma exigência do público, que de acordo com Dejavite (2008), além de se informar, também procura no telejornal uma via de distração e até mesmo descontração. Nota-se uma mudança no perfil dos telespectadores, que já não aceitavam mais um telejornal com padrões conservadores de exibição e de performance.

Também se salienta que a utilização do entretenimento não significa abrir mão da ética do jornalismo e, sim, mostrar que as duas categorias (informação e entretenimento) podem andar juntas, mantendo a credibilidade do JN. Marchesini apud Souza (2009), no capítulo 3, observa que a hibridização e a adesão ao jornalismo de infotainment não reflete a renúncia da identidade do telejornal. Ou seja, o que ocorreu foi uma adaptação à nova identidade dos consumidores, esta sim, modificada com o tempo.

Essa relação de informação com entretenimento, também conforme explicado por Souza (2014), no capítulo 3, faz parte das estratégias de apresentação para que a comunicação com o público tenha êxito. Não seria atrativo ao público que o apresentador chamasse uma matéria ou um repórter para falar de carnaval, se ele estivesse com um semblante sério ou, até mesmo, desanimado.

Souza (2004) afirma que o entretenimento é necessário na produção de qualquer tipo de produção, por ser algo que desperta a curiosidade do telespectador. Reflete-se que este entretenimento não necessariamente precisa significar divertir. Quando um apresentador demonstra reações de choque, tristeza ou revolta, aliadas à informação, esse comportamento pode chamar mais a atenção das pessoas que estão assistindo e, por conseguinte, tem maior capacidade de entretê-las.

Como apresentado no capítulo 2, no ano de 2004, a televisão brasileira encontrava-se na fase convergência e qualidade de digital. Mattos (2010) observa, neste mesmo capítulo, que televisão se segmentou em ritmo acelerado, com canais específicos para diversos tipos de públicos. O convite de Bonner ao final dos telejornais pode se supor que parta da tentativa de manter a audiência na sequência da programação.

É válido dizer que a televisão ainda não concorria intensamente com a internet em 2004, no entanto, já há alguns anos o telespectador tinha o controle remoto em seu poder, ou seja, nada o impedia de mudar de canal. Essa independência adquirida, a partir do uso do controle remoto, originou o que chama-se de zapping. O ato de

zapear, conforme explica Andrelo (2006), no capítulo 3, consiste na troca de canal pelo telespectador sob qualquer pretexto.

Pode-se analisar que essa mudança frequente de canal ocorra pela consolidação da TV segmentada e o aumento de intervalos comerciais. Araújo (2017) e Mattos (2010) também diagnosticam, durante o capítulo 2, uma queda na qualidade da programação, que aliada à presença do controle remoto, permitiu que o público fosse mais seletivo e pudesse optar pelo que assistir.

Concorda-se com Sarlo (1997) quando a autora aponta que o telespectador passou a estabelecer relações mais efetivas de poder com as emissoras. O usuário não está mais submetido à fidelização a um só canal ou gênero televisivo. O controle remoto, seguido da internet, permitiu ao próprio telespectador hibridizar-se, quando pode navegar por diversos canais e, atualmente, por múltiplas plataformas.

Lamb, Hair e McDaniel apud Endo e Roque (2017) abordam, no capítulo 4, a definição de percepção. Os autores explicam que a partir da percepção se escolhe em quem vai prestar atenção ou ignorar. Portanto, principalmente com o surgimento da internet, as emissoras puderam perceber o que o seu público estava recebendo bem e a que tinha rejeição. A partir disso, adotar um padrão de programação se torna mais fácil.

A edição de 27 de abril de 2015 foi um marco na história do Jornal Nacional. Não apenas por ser uma edição comemorativa pelos 50 anos de fundação da Rede Globo, mas, sobretudo, conforme apresentado no trecho decupado, pelo fato de os apresentadores levantarem da bancada para interagirem com repórteres em um painel e também ao fim do telejornal, passarem pela frente das câmeras, deixando o (novíssimo) cenário vazio. A atitude de se movimentar busca humanizar o telejornal, demonstrar descontração e criar mais identificação com um público que exige mais dinamismo.

Fazer com que os apresentadores interajam entre si e se movimentem pelo estúdio pode ser entendido como uma tentativa de mostrar que eles são pessoas como quaisquer outras. Historicamente, os apresentadores só eram vistos da cintura para cima e com zero de informalidade. Schechner (2006), no capítulo 4, exemplifica que performar também é mudar a identidade do performer. Em se tratando de JN, isso acontece quando se assume um papel que busca ser percebido e que receba a atenção do público, principalmente o mais jovem, que cresceu em um mundo conectado, onde a informalidade é muito reduzida.

A performance é ligada a uma combinação de ação e reação, portanto, quando os apresentadores se movimentam pelo cenário, espera-se que os telespectadores reajam de alguma maneira. Mas a iniciativa dos apresentadores do JN de saírem do cenário ao fim do telejornal não durou por muito tempo. Eles continuam se movimentando em diversos momentos, mas o início e o fim do telejornal os preservam sentados atrás da bancada.

Não há estudos conclusivos que expliquem o porquê da desistência dessa movimentação, mas pode-se deduzir que talvez o público não tenha reagido bem à mudança, seja porque se sentiu “abandonado” ou pela rejeição consequente de abrir mão de algo já tradicional e aceito. Essa identificação pode ter sido feita pelo comportamento dos consumidores na internet, em relação do Jornal Nacional.

Com isso, pode-se compreender que as mudanças nas características de apresentação sempre tiveram como intenção provocar uma reação no público. Hoje, no sentido de que ele adquirisse uma nova percepção acerca do JN, vendo-o como mais dinâmico, interativo e com uma performance o mais próxima possível do que a população exerce no cotidiano.

O novo formato propiciou menos formalidade no modo de apresentar, permitindo, por exemplo, comentários pessoais, como o de Bonner no trecho da edição de abril de 2015: “a dignidade e a **grandeza** dessa **grande atleta brasileira encerra, com dignidade, esta primeira edição do Jornal Nacional dos próximos 50 anos da Rede Globo. Esta é a primeira dos próximos 50** [...]”.

Antes desse novo formato, os apresentadores se limitavam a ler as cabeças e notas de rodapé das reportagens; reflete-se que a mudança serviu como tentativa de aproximar o público e também de aumentar o tempo de participação dos apresentadores na edição.

A gesticulação dos apresentadores também aumentou consideravelmente. No trecho apresentado acima, William Bonner gesticulou 12 vezes em 17 segundos. Renata Vasconcellos, ao dizer “**uma ótima noite pra você. Até amanhã**”, após a fala do colega, embora não faça gestos com as mãos, sorri e acena com a cabeça, o que, com a análise, se percebeu ser uma marca da apresentadora, tanto para saudação e despedida, quanto para introduzir reportagens. Repara-se, por meio da decupagem, que a apresentadora tem como marca pessoal um gesto corporal, ratificando o que Sibilia (2015) aponta no capítulo 4, ao dizer que a performatividade do corpo do

personagem valoriza a performance, diferente do que ocorria nas origens do Jornal Nacional, em que a voz potente era a marca do performer.

Como apresentado no capítulo 2, em 2015, a televisão já se encontrava em sua fase atual de desenvolvimento, a da interatividade, mobilidade e portabilidade. De acordo com Mattos (2010), isso exigiu dos apresentadores uma postura mais ativa, quando passaram a esboçar reações, sentimentos e até a manter diálogos entre si.

A ferramenta da interatividade foi herdada do advento da internet e, mais especificamente das redes sociais, onde as pessoas podem interagir entre si, trocar informações, imagens, áudios e vídeos em relação direta e em tempo real. Observa-se que a escolha de levar este tom mais informal para o JN remete à definição de hibridismo, conceituado no capítulo 3. Segundo Karla Nery de Souza (2009), unir diferentes matrizes (TV e internet) vem da necessidade de tornar um produto mais forte, mantendo a audiência, mas, ao mesmo tempo, renovando-a, atraindo o público mais jovem e que assiste matérias ou edições do JN por meio da internet.

As redes sociais e o fenômeno da convergência das mídias exigiram das emissoras uma preocupação ainda maior com a identificação do seu público. No capítulo 3, Jenkins (2008) diagnostica a mudança do perfil do público, que deixa de ser menos passivo e passa a ser mais ativo. O usuário se torna mais independente e participativo, inclusive na produção de conteúdo e na competição, não somente com os telejornais, mas com a televisão em si, pois quando o consumidor cria seus próprios conteúdos, como um canal no youtube, por exemplo, ou um portal independente e online de jornalismo, dadas as proporções, ele pode competir por audiência ou visualizações com as emissoras e veículos de comunicação tradicionais.

No capítulo 4, Sousa (2014) avalia que é necessário reconhecer o seu público para que as mensagens despertem a atenção e assim, se mantenha e fidelize a audiência, seja ao vivo ou pelos meios virtuais. O “exercício” de identificação e adequação ao seu público baliza os telejornais e entende-se que foi responsável pelas mudanças na forma de apresentar o JN, desde o discurso até o comportamento corporal e expressivo, que passou a ser adotado pelos apresentadores.

Por outro lado, a informalidade presente nas edições mais atuais do Jornal Nacional também pode ser vista como algo circunstancial. Essa dedução foi feita a partir do capítulo 4, onde Pallottini apud Alba (2018) explica que o personagem vai sendo construído de acordo com o roteiro, ou seja, a coloquialidade adotada é mais

discreta em momentos do telejornal que exigem mais seriedade, onde o teor da notícia demanda uma performance mais contida nos movimentos, mas, mesmo assim, ela não atinge a neutralidade dos apresentadores pioneiros do JN, pois as expressões faciais e os próprios enquadramentos mais abertos permanecem, proporcionando movimentos, embora mais comedidos.

O comportamento dos apresentadores é regido de acordo com o contexto em que se encontra o Jornal Nacional. Portanto, a maneira de performar está relacionada ao que se está falando e mostrando em determinado momento. No capítulo 4, Brait (1985) condiciona a existência do personagem e, conseqüentemente, da performance, não apenas à capacidade de performar, mas aos motivos que o levam a fazer isso, que no caso do Jornal Nacional, são o de estreitar sua relação com os consumidores e manter/renovar a audiência ou dar o “tom” adequado para cada notícia.

Durante a decupagem também se estudou a edição de 25 de novembro de 2015. O trecho 1 apresenta a escalada. Diferentemente das edições de outras épocas, os apresentadores aparecem juntos, em grande plano geral, para a saudação ao telespectador e somente com o início da locução das notícias é que o enquadramento muda para um primeiríssimo plano.

A pauta principal da edição de 2015 é a prisão do então senador Delcídio do Amaral, que ocupa toda a escalada. A escolha por utilizar unicamente a pauta da prisão do senador para a escalada, engloba diversos critérios explicados por Bonner (in MEMÓRIA GLOBO, 2019) no capítulo 3, como a abrangência, a gravidade das implicações e o caráter histórico. Por reunir esses três itens em uma notícia só, soma-se a eles o peso do contexto do acontecimento e as questões político-ideológicas da emissora.

Bistane e Bacellar (2005) destacam, no capítulo 3, que um telejornal tem o compromisso de ser factual. Na edição de novembro de 2015, a notícia factual era a da prisão de um senador em exercício de mandato; no entanto, com as redes sociais, o fato já havia sido desenrolado ao longo de todo o dia. Com isso, o Jornal Nacional ficou com a missão de avançar no tema, explicá-lo com mais detalhes, apresentando sua repercussão e se for possível, até mesmo um possível desfecho.

No trecho 4 da edição citada no parágrafo anterior, Renata Vasconcellos interage com o repórter que aparece no painel do estúdio. O plano geral e o tamanho do painel permitem que ambos sejam vistos quase de corpo inteiro, dando a

impressão de profundidade e de que estão no mesmo ambiente. Os movimentos de câmera, que são mais abertos durante a caminhada e mais fechados antes e depois de ela ocorrer, podem ser vistos como uma tentativa de o apresentador “não tirar o olho” do telespectador, estabelecendo uma relação direta com quem assiste.

Enquanto os apresentadores saíam caminhando do estúdio, a câmera apresentava um plano geral em diagonal e com os apresentadores vistos de baixo, desconstruindo o enquadramento padrão em que eles ficavam sempre na “altura” do público. Quando Renata levanta da bancada para conversar com o repórter, a câmera faz um passeio da caminhada, deixando-a de lado para o público, de costas para a bancada e de frente para o repórter.

A liberdade de movimentos adquirida pelos apresentadores foi favorável para a utilização de novos enquadramentos de câmera, que propiciam explorar diversos ângulos e efeitos de luz. Por exemplo, quando os painéis saem da cor azul para ilustrar um tema, eles ganham novas cores, dando a impressão de que todo o estúdio recebe um visual diferente.

Essa variedade de possibilidades de performances foi propiciada, também, pela mudança no cenário do Jornal Nacional. É possível visualizar, nas imagens da decupagem das duas edições daquele ano, comparadas com 2004, o aumento do tamanho do estúdio e do telão que ilustra os temas do telejornal. A remoção do enorme globo terrestre que girava pelo estúdio aumentou a sensação de profundidade. A presença visível de notebooks em cima da bancada passa a impressão de que os apresentadores continuam conectados e recebendo informações mesmo durante o telejornal.

A respeito da última edição estudada na decupagem, de 06 de março de 2020, notam-se grandes alterações, principalmente no cenário do JN, que saiu do mezanino e foi literalmente para o meio da redação, sendo ainda mais possível visualizar o ambiente de trabalho dos jornalistas. No capítulo 3, foram explicados os detalhes desse novo ambiente. O azul escuro segue dominando todo o cenário do telejornal, mas elementos como a bancada, adotaram a cor preta, que substituiu a bancada branca, conforme explica Arrabal (in MEMÓRIA GLOBO, 2019). A proposta de apresentar todo o cenário e ambientar o público a ele é clara na abertura e no encerramento do JN, em que as câmeras fazem um passeio por quase todo o estúdio.

Durante a escalada, transcrita no trecho 1 da edição de 2020, observa-se que o enquadramento em primeiríssimo plano para introduzir as notícias foi abandonado.

Agora, os apresentadores aparecem em plano geral e intercalam as manchetes, algumas ilustradas por segundos de trechos das matérias que serão veiculadas. Embora sérios, o tom de voz e a maneira como as frases são ditas reforçam a dinâmica de estabelecer uma comunicação mais direta entre os apresentadores e o público, como se estivessem frente a frente, conversando.

A previsão do tempo ganhou mais duração e importância dentro do Jornal Nacional, nos últimos cinco anos. Nesse quadro é onde se constatam os diálogos mais informais, como se visualiza no trecho 3 da edição de novembro de 2015 e no trecho 2 da edição de 2020, com as expressões, “hein”, “tá” e “vamo”. A utilização dessas palavras, ou melhor, do seu modo coloquial de dizê-las, fazem parte da proposta do JN de se aproximar da linguagem das redes sociais, dos jovens e da população em geral, pois mesmo parte da audiência antiga do JN, não utiliza mais ou nunca utilizou uma linguagem formal para se comunicar.

O que acontece é que, em seus primórdios, o JN se colocava em uma posição de maior formalidade porque a crença era, possivelmente, que desse modo se garantia maior credibilidade. O lugar de fala era o da autoridade. Hoje, busca-se o lugar de fala a partir do diálogo, da conversa entre iguais, onde se busca informação.

Falar a mesma linguagem que o seu público é atraí-lo para o seu programa. Entretanto, não se aborda apenas a linguagem das redes e, sim, dos sotaques e expressões próprias das cinco regiões do país. Como forma de levar a cultura local/regional para todo o Brasil, de novembro de 2019 até março deste ano, o Jornal Nacional promoveu um rodízio, aos sábados, de apresentadores dos 26 estados e do Distrito Federal, como citado no capítulo 3.

A partir dos conceitos de atenção e percepção explicados no capítulo 4, se entende que a familiaridade, por exemplo, com um sotaque, faz com que o telespectador preste mais atenção e até mesmo resista a mudar de canal. Outro ponto é a iniciativa do JN de promover a diversidade dos seus apresentadores, com a primeira participação das mulheres, ainda anos 1990, e de negros e homossexuais, além de representantes de todas as partes do país.

Esse intuito da emissora pode ser entendido como o de que fazer com que pelo menos a grande maioria das camadas da sociedade se sinta representada no telejornal. Santaella (2001) aponta que a troca de mensagens entre o emissor e o receptor pode ocorrer das mais diversas formas, dentre elas está o reconhecimento da cultura e da linguagem no outro.

A internet demandou ao Jornal Nacional adquirir novas formas de compartilhamento dos seus conteúdos. No trecho 3 da edição de 2020, William Bonner reitera aos telespectadores que a lista completa dos convocados para a Seleção Brasileira de Futebol está no site: “você encontra as **duas** listas de convocados na **página** do *Jornal Nacional*, **na internet**”. Sua voz é leve e convidativa, sendo o convencimento uma das funções da performance. No capítulo 4, Schechner (2006) enfatiza que a performance sempre tem um propósito, nesse caso, o performer buscou convencer o público a acessar o site, por meio da voz, da expressão e do recurso da legenda com o endereço do site na tela.

Após a fala de Bonner analisada acima, ainda no trecho 3 de 2020, Renata Vasconcellos convida o público para assistir ao programa Globo Repórter, que iria ao ar na sequência da programação, junto a uma matéria que antecipa o tema do programa. O fim da matéria já emenda para outro convite, desta vez de Bonner, que destaca que após o Globo Repórter, começa o Jornal da Globo. Bonner aponta o dedo para a câmera, como a frisar que está falando diretamente com o público.

Todo esse roteiro é feito de maneira aparentemente natural, com sorrisos, tom de voz convidativo e no caso da fala sobre o Globo Repórter, com inserção de artes no painel do estúdio e imagens do programa. Esses artifícios são utilizados para chamar a atenção do telespectador. Conforme explicado por Kendal (2009), no capítulo 4, a atenção é despertada por imagens ou situações que não fazem parte da vivência do telespectador. Se isso for do seu interesse ou, pelo menos não lhe provocar rejeição, esse indivíduo tende a fixar sua atenção.

Feitas as observações acerca dos trechos estudados, parte-se para uma análise geral das edições. No capítulo 3, Duarte (2007) explica que o formato é definido pela estrutura, finalidade, modalidade de transmissão e protagonistas. Arlindo Machado (2009), nesse mesmo capítulo, explica que um telejornal consiste em apresentadores que leem as principais notícias do dia e notas que introduzem as matérias ou a entrada de repórteres, com o objetivo de informar o público. Esses elementos, somados a outros como off, passagem, leituras de notas cobertas e de nota pé seguem presentes no JN, mesmo com as mudanças na caracterização do telejornal e na forma de apresentar.

Machado (2009), no capítulo 3, ainda observa que o formato do telejornal é um dos mais resistentes da televisão por obedecer a moldes semelhantes em qualquer lugar do planeta. Basta assistir um filme estrangeiro, por exemplo, em que aparecem

jornalistas apresentando um telejornal, para reparar que a estrutura do estúdio, bancada e até mesmo o enquadramento são semelhantes uns aos outros.

Cada mudança significativa no Jornal Nacional é amplamente divulgada e até mesmo estudada - esta monografia é um exemplo. Contudo, a essência do telejornalismo, os apresentadores, a bancada e as notícias estão presentes desde o início. A tecnologia revolucionou a forma de nos comunicarmos, aliando-se às mudanças de comportamento da sociedade, mas o formato que tornou o JN o telejornal de maior audiência do país não foi perdido.

Percebe-se que a essência do telejornal resistiu com o passar do tempo, mas mesmo assim, não pode-se afirmar que a forma de apresentação e o Jornal Nacional como um todo ainda sejam os mesmos desde a sua origem, porque como esta própria monografia buscou mostrar, diversas foram as mudanças na performance dos apresentadores, na participação do repórteres, no cenário, nos recursos digitais e nos enquadramentos das imagens e movimentação das câmeras. E isso tudo transforma o formato.

Em mais de uma oportunidade, ao longo deste trabalho, se discorreu sobre a preocupação do Jornal Nacional em se reinventar, incorporando as tecnologias, como a internet; renovar linguagem, adaptando-a aos novos públicos e também a mudança de comportamento dos telespectadores. Seria equivocado afirmar que as inovações sejam direcionadas apenas aos jovens, pois se um telejornal adquiriu a capacidade de hibridizar-se, fazendo parte da internet, os telespectadores antigos podem ter adquirido essa capacidade também. Do mesmo modo, não seriam mais adeptos a uma performance sem dinamismo e interação e ao uso uma linguagem formal, porque talvez não tenham mais essas características ou nunca tiveram.

A performance discreta e neutra adotada nas primeiras três décadas de JN, foi substituída por um comportamento mais ativo. Explica-se no capítulo 4, que essa mudança acompanhou o desenvolvimento das próprias pessoas. Schechner apud Bião (2011) destaca que a partir deste século a sociedade tem vivido por meio da performance como nunca antes visto, pois as pessoas comportam-se de acordo com padrões socialmente aceitos, por exemplo, as novas maneiras de falar, gesticular, movimentar-se e até mesmo se vestir, podendo abrir mão de suas preferências ou identidades, para performar aquilo que se espera ver.

O JN pode ter acompanhado esse roteiro, porque se adaptou ao longo dos anos às novas formas de se comunicar e interagir com o público e entre os

apresentadores. E a partir disso, pode ter incentivado outras mudanças de performance, individual ou social, e novas “coreografias”.

Debord (2003), no capítulo 4, define essa acumulação de performances como a sociedade do espetáculo, em que a realidade dá lugar à representação. Essa afirmativa nos remete aos exemplos de interatividade entre os apresentadores durante o JN. Mesmo nas situações em que existe um diálogo coloquial ou informal, os momentos de interação e até mesmo as falas são previamente combinados entre os participantes. Portanto, os diálogos, embora transpareçam naturalidade, são realizados por meio da representação, em que os personagens (apresentadores) encenam espontaneidade e improviso, que levam ao que Debord (2003) chamou de afirmação das aparências.

Conforme apresentado no subcapítulo que apresenta a história do Jornal Nacional, a consolidação da Globo como rede de televisão, passou pela criação de do JN, conforme pontua Nogueira (in MEMÓRIA GLOBO, 2019). Entretanto para conquistar o sucesso no que diz respeito à audiência adquirida, foi preciso que o Jornal Nacional se adequasse às novas exigências da comunicação. Segundo Bião (2011), no capítulo 4, busca-se que o performer assuma algum papel, mostre-se explicando ou fazendo.

Comprovar se todas as ações dos apresentadores do JN são uma encenação ou se suas interações se baseiam apenas nas aparências, não é a pretensão desta monografia. Mas pode-se entender que, hoje, a representação é o que ajuda a dar credibilidade à informação e o que verdadeiramente importa, ao final, é que o Jornal Nacional cumpra seu papel de informar com correção, isenção, qualidade e responsabilidade. A performance dos apresentadores pode mexer com o imaginário coletivo, a partir do momento em que o indivíduo se sente parte da programação ou representado nela, ou seja, pode-se refletir que recebe aceitação do consumidor quem performa melhor.

Essa improbabilidade de diagnosticar onde há espontaneidade e onde há encenação, leva à reflexão de que quanto mais se aposta na representação, mas difícil se torna distinguir o que é real ou verdadeiro. Essa análise vai ao encontro da afirmação de Schechner apud Bião (2011) que diz que tem se vivido como nunca na sociedade do espetáculo, onde nada é verdadeiramente vivido.

Marcondes Filho (2002) analisa que a TV é responsável pela promoção de espetáculos ao colaborar, por meio de suas novelas e séries, para que o público

ignore seus problemas e contemple a sensação de tranquilidade que esses programas propõem. Pode-se considerar que se nos primeiros anos do JN o entretenimento era encarado como algo que não permitia que a sociedade adquirisse senso crítico sobre o mundo. Hoje, ele é utilizado como ferramenta de distração da própria realidade ou para aproximar e humanizar o discurso. A performance dos apresentadores (e repórteres) faz parte do entretenimento do JN, de sua forma de constar histórias, com base no real.

Considera-se que o Jornal Nacional pode contribuir, em maior ou menor proporção, com a sociedade do espetáculo, pois embora busque um desfecho harmonioso, ao longo das edições veicula notícias de crimes, crises e tragédias, que refletem na performance dos apresentadores. Eles procuram transparecer seus sentimentos ao darem essas informações. Apesar de os jornalistas também serem performers, os ideais jornalísticos, a busca pela verdade e o exercício de um jornalismo considerado qualificado precisam estar à frente de qualquer espetáculo, para que não haja sensacionalismo ou manipulação dos fatos e, por consequência, dos telespectadores.

A responsabilidade é imensurável, ainda mais em se tratando de Jornal Nacional, porque ele precisa acompanhar as transformações da sociedade e o modo de interação entre as pessoas. De acordo com o que foi proposto no capítulo de introdução desta monografia, buscou-se analisar as mudanças do JN ao longo destes 51 anos de história, para compreender melhor o seu papel no campo audiovisual e como a performance sempre esteve e estará presente neste telejornal histórico para o Brasil.

A performance tem colaborado para que o compromisso do JN seja cumprido. Nesse contexto, o Jornal Nacional procura ser contemporâneo e plural; abrir espaço à diversidade e às descobertas do mundo. Isso não o tornando um produto jornalístico isento de falhas, mas serve como base para que o telejornal se mantenha pelos próximos anos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta monografia procurou apresentar as transformações performáticas dos apresentadores do Jornal Nacional através de um resgate histórico, que reuniu seis edições do telejornal, onde se visualizou que a performance, desde as primeiras décadas, é uma ferramenta para se comunicar com o público. A constatação direciona-se ao tema deste trabalho, que consiste nas mudanças no formato de apresentação do JN desde a criação até os dias atuais; transformações movidas pela revolução tecnológica e cultural.

Todo o “caminho” traçado pelo pesquisador para a produção dos capítulos girou em torno de responder à questão norteadora: “Como a performance dos apresentadores do Jornal Nacional foi afetada pelas tecnologias e pelo desenvolvimento do modo de consumir as notícias?” O que pode-se considerar é que desde a popularização do controle remoto até a consolidação da internet, a interferência da tecnologia na performance dos apresentadores do JN tornou a comunicação entre emissor e receptor mais dinâmica e menos informal.

Os apresentadores também assumiram comportamentos que estabeleceram, por meio de gestos, tons de voz e movimentações pelo estúdio, a sensação de maior proximidade com o público e o perfil de quem assiste, somados às variações dos enquadramentos das câmeras e à composição dos cenários. Esses elementos compõem a narrativa de um telejornal e também estabelecem qual é o seu formato. A espontaneidade e a linguagem mais coloquial vão ao encontro das características que são próprias tanto das gerações mais contemporâneas, quanto do antigo telespectador, pelo menos aquele que também acompanhou a evolução nas formas de se comunicar e não resiste mais a um modelo engessado de apresentação.

A hipótese A desta monografia é que a performance atual e o tom de voz dos apresentadores do Jornal Nacional deixaram o telejornal mais “leve”, mas que isso não o enquadra na categoria de infotainment. A hipótese foi comprovada em parte.

A análise das edições mais atuais do Jornal Nacional, de fato, tem os apresentadores mais descontraídos ou procurando passar sentimentos no tom de voz, ao contrário das edições mais antigas, onde percebe-se que a performance buscava a neutralidade dos gestos, expressões e enquadramentos. No entanto, essa descontração de hoje não ocorre ao longo de toda a edição, quando também se noticiam crimes, pessoas passando por dificuldades, mortes e tragédias. Assim como

os sorrisos e até as brincadeiras estão presentes no JN, a performance dos apresentadores também acompanha as notícias mais tensas.

Por isso, pode-se observar que a performance e o tom de voz dos apresentadores do JN deixam o telejornal mais “leve”, mas somente nos momentos em que o teor da notícia permite e isso não acontece durante toda a edição. A respeito do infotimento, o termo propõe que uma informação, ao mesmo tempo, informe e descontraia. Embora o entretenimento esteja presente em partes do JN, em especial quando referem-se à linguagem performática dos apresentadores (ou ao modo de contar as histórias, de modo geral), isso não ocorre na integralidade da edição, portanto, a presença do infotimento não altera a categoria essencial do telejornal, tampouco sua classificação básica no gênero informação, por isso, a hipótese se confirma parcialmente.

A hipótese B considera que o Jornal Nacional exhibe suas manchetes principais no início do telejornal e termina a edição de forma a tranquilizar o telespectador, com uma matéria que não está na escalada e com a performance dos apresentadores acompanhando esse roteiro. Esta hipótese foi comprovada em parte.

É correto dizer que as principais notícias estão na escalada, cuja função é justamente apresentar as principais notícias do dia. Chegou-se a esse pensamento por meio da análise das edições decupadas, onde a notícia da abertura do telejornal, desde as edições dos anos 1980, é o destaque ainda no primeiro bloco, podendo se estender por outros, dependendo do seu potencial como informação e interesse público.

Historicamente, o Jornal Nacional busca fazer um fechamento harmonioso ao telejornal a partir da performance dos apresentadores, que dão o tradicional “boa noite” de forma serena e também convidam o telespectador a continuar assistindo a programação da emissora, ao antecipar o próximo programa. Porém, nem sempre é possível encerrar em harmonia, pois há a dependência do caráter e do “peso” das notícias que serão pauta naquele dia.

A edição de 1986 aborda, majoritariamente, o desastre na Usina Nuclear de Chernobyl. A notícia está presente na escalada, no primeiro bloco e também no encerramento do telejornal. O mesmo vale para a edição de 2015, em que a prisão do senador Delcídio do Amaral segue o mesmo roteiro.

A dimensão dada à notícia de 1986 pode ser compreendida, por se tratar de um fato de nível internacional e, talvez, o JN fosse o principal, senão o único veículo

capaz de abordar o assunto com tamanha profundidade. Já a prisão de Delcídio do Amaral, embora na internet o assunto já estivesse amplamente repercutido, entra na “missão” conferida aos telejornais noturnos de explicar com mais detalhes, trazer informações ao vivo e até indicar um possível desfecho.

Já as edições de 1996, 2004 e 2020, de fato, têm os seus encerramentos antecidos por matérias mais “leves”, porém, isso não remete a uma regra. No capítulo 3, Alsina (2009) discorre sobre a construção das notícias de um telejornal. Para ele, deve-se levar em consideração o impacto da informação para uma cidade, estado ou país, além da repercussão e da capacidade de ampliar e detalhar o assunto.

Por isso, não é verdadeiro afirmar categoricamente que as edições do JN adotam como um padrão a conclusão do telejornal com uma notícia que não está escalada ou com uma informação que traga tranquilidade ao público. Isso porque a decisão de como encerrar o telejornal é circunstancial e depende da importância de determinada notícia naquela data.

A hipótese C é que a performance atual dos apresentadores do Jornal Nacional leva em consideração o infotimento e as alternativas que o público possui, a partir da internet, para consumir as notícias. Esta hipótese foi comprovada. Levando em conta que, a partir do exposto no capítulo 3, o entretenimento não é mais visto como um subproduto da comunicação, o infotimento passou a caracterizar cada vez mais a performance dos apresentadores, levando-os a ler as notícias de forma mais interativa, buscando uma reação do público, muitas vezes, pelas redes sociais.

A fase de conectividade e portabilidade, iniciada em 2010, segundo Mattos (2010) permitiu que os usuários consumissem conteúdos, incluindo trechos do Jornal Nacional ou edições inteiras, através de dispositivos móveis, como os smartphones. A performance dos apresentadores acompanhou essa nova era de compartilhamento instantâneo de informações, quando eles utilizam a linguagem das redes e convidam, na televisão, o público para acessar suas plataformas digitais. Essa hibridização das mídias e a possibilidade de maior relacionamento entre apresentador e usuário é um dos grandes valores da sociedade da informação.

A hipótese D levanta a questão que os apresentadores do JN se utilizam da performance para emitir informações com clareza, credibilidade e precisão, respeitando as características de um programa televisual considerado de qualidade (levando em conta as edições estudadas). A hipótese foi confirmada.

A partir do exposto nos capítulos anteriores, a clareza, a credibilidade e a precisão fazem parte dos valores-notícia do jornalismo, portanto, se compreende que com a presença desses elementos na performance dos apresentadores, respeitam-se as características de um programa televisual de qualidade, no caso deste projeto de pesquisa, do Jornal Nacional. Ressalta-se que ao falar em “qualidade”, a abordagem é sobre o viés da técnica jornalística e seus valores - o que não elimina questões do mercado e seus interesses somados à ideologia do veículo.

Durante a análise, percebeu-se a mudança na noção de credibilidade, quando a performance mais neutra dos apresentadores deu lugar ao aumento de gestos, movimentação pelo cenário e movimentos de câmera. Essas alterações também podem ter contribuído para uma modificação no próprio conceito do que seria um telejornal de qualidade.

Com as edições estudadas, pôde-se perceber que ao longo dos anos o JN alterou a forma de transmitir as informações, no que diz respeito à performance dos apresentadores, mas frisa-se, a partir dos conceitos de convergência das mídias e infotimento, que a mudança está na forma pela qual as notícias são dadas, mas os valores jornalísticos se mantêm, confirmando a hipótese.

A performance dos apresentadores mudou por conta das transformações tecnológicas possibilitadas pelas mudanças culturais e sociais. Logo, se nos primórdios não havia o dinamismo, a interação e a pluralidade de enquadramentos, era devido à falta de recursos para algumas dessas funções e a não exigência do telespectador por essa performance mais dinâmica (ou ainda, pela dificuldade do telespectador expressar seus desejos de mudança, sem internet), ou seja, não havia motivo para os apresentadores caminharem pelo estúdio, por exemplo.

Volta-se à história da televisão brasileira, onde se pontuava que as edições das primeiras décadas do JN tinham forte influência do rádio, refletida na seriedade, nos poucos movimentos e até mesmo na aparência (quase imóvel) dos apresentadores. Naquele tempo, mesmo em se tratando de televisão, era a potência vocal dos apresentadores a grande virtude do Jornal Nacional. Era a segurança da voz que transmitia que determinada informação era verdadeira e isso, para o público, poderia bastar.

Com essas considerações, atinge-se o objetivo geral desta monografia, que é o conceituar a performance e analisar sua presença na apresentação do Jornal

Nacional, a partir do avanço das tecnologias e do desenvolvimento no modo de consumir as notícias.

Os conceitos e exemplos apresentados e analisados, durante toda a monografia, procuraram mostrar a performance como a execução de uma atividade de um indivíduo para ser notado ou impressionar o outro. Analisou-se que ela sempre esteve presente na apresentação do JN, mas de diferentes maneiras, pois leva-se em consideração o perfil do seu público à época e o seu modo de receber e interagir com a informação, ao longo do tempo.

No que diz respeito aos objetivos específicos desta monografia, dois deles consistiam na apresentação da história da televisão brasileira e do Jornal Nacional. Eles foram contemplados no capítulo 2 desta monografia, que também abordou a criação da Rede Globo de Televisão e a trajetória de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo. O resgate histórico serviu para compreender como as emissoras e o Jornal Nacional, em específico, acompanharam o avanço da tecnologia e as mudanças nas relações entre as pessoas e dos apresentadores do JN com o público.

Para que se analise o presente é necessário olhar para o passado e refletir como as escolhas feitas anos atrás interferiram no que somos hoje e serão responsáveis pelo o que seremos amanhã. Isso vale para a comunicação e para a própria vida. A busca pelo entendimento do significado da performance e da sua presença nas pessoas, além do próprio conceito e caracterização do telejornalismo não seriam possíveis sem uma pesquisa sobre a origem e as transformações desses elementos ao longo do tempo.

O capítulo 3 desta monografia proporcionou o alcance de mais objetivos: significar categoria, gênero e formato; e conceituar convergência das mídias, infotainment e zapping. Compreender o significado e identificar em que categoria se encontra um telejornal e qual é o gênero do JN, é essencial para que se compreenda o seu formato e o porquê de cada elemento que o compõe, além de como esse formato, por mais tradicional que seja, se transforma.

Antes mesmo da internet, o controle remoto alterou as relações entre programação e telespectador. O zapping principiou a dinamização das relações de poder entre o público e a TV, proporcionando às pessoas mais liberdade para escolher o que assistir e por quanto tempo. Essa independência foi potencializada com a convergência das mídias, o surgimento e a popularização da internet, aliados, ainda, à junção do entretenimento à categoria informação, uma demanda do público

que passou a exigir que uma notícia informe e entretenha ao mesmo tempo, porque solicita que o telejornal também seja uma via de distração da sua realidade (ou que as histórias sejam contadas no ritmo e com o envolvimento proporcionados pela ficção).

Todos esses conceitos têm ligação direta com a performance. Foi com a internet e as redes sociais que a performance, neste caso dos apresentadores do Jornal Nacional, se tornou mais dinâmica e interativa com os consumidores da programação. A troca de locutores por jornalistas na apresentação dos telejornais também foi uma tentativa de deixar o JN mais profissional, a partir da presença de jornalistas acostumados com o dia a dia das redações e que participavam da produção das notícias. Sabendo-se da história da televisão e analisando esses fenômenos, reflete-se sobre os impactos da convergência na lógica de consumo e de relacionamento entre apresentadores de TV, em especial, jornalistas, e audiência.

A compreensão do significado de performance e personagem também está entre os objetivos específicos deste trabalho e são indissociáveis do entendimento de todos os outros conteúdos abordados até aqui, porque estão presentes na história da televisão e do Jornal Nacional. A performance é um elemento do fazer jornalístico e do fazer social de cada indivíduo porque é inerente ao ser humano, às tecnologias e a todas as profissões. A performance é ligada ao fazer. A partir da sua compreensão identifica-se o que o telespectador pode considerar por informação de qualidade, ou seja, informação que tem (e que passa) credibilidade a ele.

Por conseguinte, se identificou que a performance está presente em tudo, na medida em que é ação. Não necessariamente ela precisa ser falsa ou baseada apenas nas aparências, pois também pode haver uma representação de nós mesmos na atitude performática, quando alguém se comporta de acordo com suas próprias características, moldadas ao longo da vida. Mas, mesmo nesses casos, a comunicação sempre tem um objetivo e é direcionada a alguém. E quando há intenção, pode haver também representação.

Identifica-se a presença da performance e do personagem desde as origens da televisão, pelo motivo de que o veículo sempre procurou passar confiabilidade e credibilidade ao público. O modo dessa transmissão (em especial, das notícias) se modificou, mas a presença do performer é inata, pois a preocupação com a audiência sempre existiu (mesmo que por motivos mercadológicos e ideológicos) e ter um público é a premissa básica para que a performance seja executada.

Também foram objetivos desta monografia, compreender como a atenção e a percepção podem interferir nos cérebros dos consumidores que optam por assistir a um programa ou a mudar de canal. Recorrendo-se ao campo da psicologia, tentou-se analisar o que leva o público a prestar atenção em determinada notícia, além de perceber que a performance está ligada à capacidade de um indivíduo prestar maior ou menor atenção a este ou àquele detalhe, da TV.

Este pesquisador, ao longo de toda a monografia, buscou apresentar, a partir de diversos conceitos, exemplos e análises, as responsabilidades que um jornalista carrega. O modo que esse profissional performa pode influenciar a atenção e alterar a percepção do público sobre determinado fato. Portanto, a performance dos apresentadores do JN é direcionada à manutenção do próprio Jornal Nacional, como produto da televisão/Rede Globo. Assim sendo, analisar passado e presente sob uma ótica contemporânea proporcionou até mesmo uma visão crítica sobre se há limites na performance (quanto à representação por parte dos apresentadores).

Identificar o maior ou o menor grau de representação nos apresentadores do JN não é um objetivo desta monografia, entretanto, a performance tem a ver com representar, quando um indivíduo executa determinada ação para o outro. A representação também se relaciona com o entretenimento e a própria sociedade do espetáculo, definida no capítulo 4. A junção desses elementos, permeada pela tecnologia, acarreta na mudança performática da narrativa dentro dos veículos de comunicação, em especial, do Jornal Nacional.

Analisa-se, ainda, que a performance está atrelada ao desenvolvimento e ao progresso da comunicação, porque se adapta às novidades e às transformações do mundo. O jornalismo e o próprio ser humano são assim, se hibridizam e buscam se adequar aos novos padrões de comportamento para que possam prosperar e sobreviver. A grande lição que tirou-se desta pesquisa é o papel do jornalismo e dos jornalistas para com as pessoas, a busca por uma informação o mais verossímil possível e também, a eterna tentativa de transmitir ao público que deseja ter uma “boa noite”, a aproximação necessária para que possa haver confiança no relacionamento (veículo, jornalistas, público).

Estudar sobre o Jornal Nacional e seus apresentadores também foi uma homenagem a um sonho de infância e que se materializará, em breve, com a conquista do diploma de jornalista. As considerações finais desta monografia abrem

horizontes para futuras pesquisas e ratificam a importância do estudo científico, da qualificação e constante atualização dos profissionais de imprensa.

Refletiu-se, por fim, como cada ação, passo e comportamento são decisivos para o modo como seremos vistos pelo outro e como a informação será recebida pelo indivíduo. Aí reside um grande dever do jornalista, a execução de um trabalho bem feito, ético e responsável, elementos que reiteram o desejo deste pesquisador de fazer a diferença, por menor que seja, na vida de alguém. Ser jornalista é se colocar no lugar do outro e imaginar sua realidade, ter empatia e comprometimento com os valores da profissão e a busca incessante por performar a melhor versão de nós mesmos.

REFERÊNCIAS

Livros

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2009.

ARBEX, José. **O poder da TV**. São Paulo: Editora Scipione, 1995.

ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnlismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Editora Casa Amarela, 2005.

BALOGH, Anna Maria. **O discurso ficcional na TV**. São Paulo: Editora USP, 2001.

BRITTOS, Valério Cruz; Bolaño, César Ricardo Siqueira. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Editora Paulus, 2007.

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

BONNER, William. **Jornal Nacional: modo de fazer**. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2009.

BORDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão: a influência do jornalismo e os jogos olímpicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CARVALHO, Alexandre. **Reportagem na TV: como fazer, como produzir, como editar**. São Paulo: Contexto, 2010.

CURADO, Olga. **A Notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Editora Alegro, 2002.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Editora Annablume, 2001.

_____. **As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Editora Annablume, 2003.

LOEBLEIN, Daniela Fogaça. **Técnicas para TV**. Curitiba: Editora InterSaberes, 2017.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2009.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**. São Paulo: Editora Scipione, 1994.

_____, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Editora Moderna, 1988.

MEMÓRIA GLOBO. **JN 50 anos de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Editora Globo Livros, 2019.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia que faz história**. Rio de Janeiro: Editora Globo Livros, 2004.

PATERNOSTRO, Vera Iris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2006.

SCHMIDT, Paulo. **Guia Politicamente Incorreto dos Presidentes da República**. São Paulo: Editora Leya, 2016.

SOUZA, Jésus Barbosa de. **Meios de comunicação de massa: jornal, televisão, rádio**. São Paulo: Editora Scipione, 1996.

YORKE. **Jornalismo diante das câmeras**. São Paulo: Editora Summus Editora, 1998.

E-books

ARAÚJO, Gilvan Ferreira de. **Telejornalismo: da história às técnicas**. Editora Intersaberes, 2017.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Editora Edições 70, 2011.

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

BRAIT, Beth. **A Personagem**. São Paulo: Editora Ática, 1985.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2003.

COHEN, Renato. **Performance como linguagem: criação de um tempo-espço de experimentação**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

DEMASIO, Antonio R. **E o cérebro criou o homem**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2011.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2003.

DUARTE, Elisabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (Orgs). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Orgs.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

GLUSBERG, Jorge. **A arte da performance**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2013.

HERZ, Daniel Koslowsky. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Editora Tchê!, 1991.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil no século XX**. Salvador: Editora da UFBA, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

KANDEL, Eric. **Em busca da memória: o nascimento de uma nova ciência da mente**. São Paulo: Editora LêLivros, 2009.

LLOSA, Mario Vargas. **A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2013.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2010.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Lê livros, 1998.

MORAIS, Fernando. **Chatô: o Rei do Brasil**. São Paulo: Editora LêLivros, 1994.

PELLANDA, Eduardo Campos; BARBOSA, Suzana. **Jornalismo e Mídias Móveis no Contexto da Convergência**. Porto Alegre: Editora PUCRS, 2014.

RIBAS, Lycio Velozzo. **O livro de ouro das Copas**. Barueri (SP): Editora Faro Editorial, 2018.

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

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Editora Hacker, 2001.

_____, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Editora Paulus, 2003.

_____, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e video-cultura na Argentina**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

STANISLAVSKI, Constantin. **A criação de um papel**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2004.

SOUSA, José Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Porto (POR): Editora Letras Contemporâneas 2006.

SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Editora Summus, 2004.

Artigos, Dissertações e Teses em meio eletrônico

AFFINI, Letícia Passos. **Da comunicação de massa à comunicação em rede: reflexões sobre a convergência entre televisão e internet**. Santos (SP), 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0248-1.pdf>> Acesso em: 10 de abril de 2020.

ALBUQUERQUE, Beatriz. **Performance Arte + Internet = Comunicação + Audiência**. n° 01. nov. 2012. Disponível em: <<https://performatus.com.br/estudos/performance-internet-comunicacao-audiencia>>/. Acesso em: 09 de setembro de 2020.

ARAUJO, Luciana. **Televisão x Internet: uma relação quase perfeita**. São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1532-1.pdf>> Acesso em: 10 de abril de 2020.

AZEVEDO, Lia Calabre de. **No tempo do rádio: radiodifusão e cotidiano no Brasil**. Niterói (RJ), 2002. Disponível em: <http://www3.carosouvintes.org.br/wp-content/uploads/Tese_Lia_Calabre.pdf> Acesso em: 12 de outubro de 2020.

DEJAVITE, Fábila Angélica. **A notícia light e o jornalismo de infotimento**. Santos, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf>> Acesso em: 13 de abril de 2020.

_____, Fábila Angélica. **O infotimento nos impressos centenários brasileiros**. Florianópolis, 2008. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p37/10219>> Acesso em: 13 de abril de 2020.

_____, Fábila Angélica. **O jornalismo de infotimento nas páginas do jornal diário impresso de referência**. São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0968-1.pdf>> Acesso em: 13 de abril de 2020.

DUTRA, Gustavo Abreu. **O Jornal Nacional na TV e na Web: um estudo sobre a remediação das narrativas jornalísticas**. Belo Horizonte, 2009. Disponível em: <http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Comunicacao_DutraGA_1.pdf> Acesso em: 20 de abril de 2020.

FERREIRA, Raquel Marques Carriço. **A força do hábito: um estudo sobre a tradição temática das telenovelas da Rede Globo por faixa horária**. Sergipe, 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v16n1/v16n1a09.pdf>> Acesso em: 08 de setembro de 2020.

FRAZÃO, Jéssica. **Reflexões Acerca da Performance no Documentário**: as representações de si para a câmera. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0311-1.pdf>. Acesso em: 02 de outubro de 2020.

GARCIA, Santiago Naliato. **A nossa telinha**: a TV brasileira e seu desenvolvimento, do preto e branco ao digital, a partir de políticas públicas e comerciais. Bauru (SP), 2016. Disponível em: <<https://celacom.fclar.unesp.br/pdfs/80.pdf>> Acesso em: 01 de setembro de 2020.

GIANESINI, Sarita; GOLEMBIEWSKI, Carlos. **Perfil das Categorias e Gêneros na Televisão Brasileira Aberta no Período Matutino**. Itajaí-SC, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-0281-1.pdf>> Acesso em: 19 de setembro de 2020.

KNEIPP, Valquíria Passos. **Trajetória da formação do telejornalista brasileiro**: as implicações do modelo americano. São Paulo, 2008. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-27042009-121921/pt-br.php>>. Acesso em: 10 de abril de 2020.

MACHADO, Arlindo. **O sujeito no ciberespaço**. Campo Grande, 2001. Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/29708550691795394214029897104174778288.pdf>> Acesso em: 13 de abril de 2020.

MACHADO, Juremir. **Tecnologias do imaginário**: esboço para um conceito. Porto Alegre, 2003. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1048.PDF> Acesso em: 10 de outubro de 2020.

MENDONÇA, Ana Patrícia Alves; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **A TV Segmentada no Brasil**: modelo de análise e situação atual. Sergipe, 199. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/309126dcd3d10f541234fcbd425cf777.PDF>> Acesso em: 01 de maio de 2020.

MENEGUEL, Ivonete Pedra; OLIVEIRA, Oséias. **O rádio no Brasil**: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>> Acesso em: 12 de outubro de 2020.

MOREIRA, Hércules. **O Jornalismo de TV como Prestador de Serviços ao Telespectador Brasileiro**. Joinville-SC 2018. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1175-1.pdf>> Acesso em: 01 de maio de 2020.

PEREIRA, Ingrid Borges Duarte. **Jornal Nacional**: a nova cara do Telejornalismo da Globo. Brasília, 2015. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/12161/1/2015_IngridBorgesDuartePereira.pdf> Acesso em: 19 de abril de 2020.

REZENDE, Guilherme Jorge. **O Discurso Jornalístico e o Discurso Ficcional na Televisão Brasileira**. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/22466358599923525233656072843269057285.pdf>>

SOUZA, Karla Caroline Nery de. **No Ar: Jornal Nacional - das audiovisualidades às atualizações no audiovisual brasileiro**. São Leopoldo-RS, 2010. Disponível em: <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3506>> Acesso em: 19 de abril de 2020.

Publicação periódica em meio eletrônico

ANDRELO, Roseane. **A televisão e a prática do zapping: interatividade com a audiência**. Revista Comunicação & Educação, São Paulo, n. 1, p. 26-31, jan./abr.2015. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37560>>. Acesso: 11 de abril de 2020.

BIÃO, Armindo Jorge de Carvalho. **A Presença do Corpo em Cena nos Estudos da Performance e na Etnocenologia**. Revista Brasileira de Estudos da Presença, Porto Alegre, v.1, n.2, p.346-359, jul./dez. 2011. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/presenca/article/viewFile/22804/14333>>. Acesso em 01 de maio de 2020.

ENDO, Ana Claudia Braum; ROQUE, Marco Antônio Brás. **Atenção, memória e percepção: uma análise conceitual da Neuropsicologia aplicada à propaganda e sua influência no comportamento do consumidor**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v.40, n.1, p.77-96, jan/abr. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1809-58442017000100077&script=sci_abstract&lng=pt>. Acesso em: 10 de maio de 2020.

MIRANDA, Mozarth Dias de Almeida. MOURA, Sérgio Arruda de Moura. **O novo comportamento do telespectador em uma televisão em constante mudança: impactos, conexões sociais e consumo midiático**. Revista Mediação, Belo Horizonte, v.18, n.23, p.41-49, jul./dez. 2016. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/4146>> Acesso em 15 de abril de 2020.

SANTAELLA, Lucia. **Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano**. Revista FAMECOS. Porto Alegre, n. 22, p. 23-35, dez.2003. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3229/2493">> Acesso em 01 de maio de 2020.

SANTOS, Eduardo Eugênio Silvestre. **A Guerra Esquecida**. Revista Militar, n. 2599/2600, p. 623-646, 2018. Disponível em: <<https://www.revistamilitar.pt/artigo/1339>> Acesso em: 01 de maio de 2020.

SCHECHNER, Richard. **O que é Performance**. O Percevejo, Rio de Janeiro, UNIRIO, n. 12, p. 25-50, 2006. Disponível em: <https://ppgipc.cienciassociais.ufg.br/up/378/o/O_QUE_EH_PERF_SCHECHNER.pdf>. Acesso em 13 de maio de 2020.

SIBILIA, Paula. **Autenticidade e performance**: a construção de si como personagem visível. Revista Fronteiras - estudos midiáticos, Unisinos, set./dez. 2015. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2015.173.09/4984>>. Acesso em: 13 de maio de 2020.

SOUSA, Leila Lima. **O processo de hibridação cultural**: prós e contras. Revista Temática, v.9, n. 3, p. 01-08, 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/21983>> Acesso em: 08 de setembro de 2018.

TANAKA, Priscila Junko. **Atenção**: reflexão sobre tipologias, desenvolvimento e seus estados patológicos sob o olhar psicopedagógico. Periódicos eletrônicos em psicologia, São Paulo, v. 16, n. 13, p. 62-76, 2008. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-69542008000100004>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

TORO, Fernando de. **O que é performance?** Entre a teatralidade e a performatividade de Samuel Beckett. Revista de Estudos em Artes Cênicas, Universidade do Estado de Santa Catarina, n. 15, 2010 Disponível em: <<https://revistas.udesc.br/index.php/urdimento/article/view/1414573102152010149>> Acesso em: 20 de setembro de 2020.

Sites

AGÊNCIA BRASIL. **Primeira fase de implantação do sinal de TV digital termina em janeiro**. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-12/primeira-fase-de-implantacao-do-sinal-detv-digital-termina-em-janeiro>> Acesso em: 12 de maio de 2020.

CLÁUDIA. **Primeiro apresentador gay do JN tira foto com namorado na bancada**. Disponível em: <<https://claudia.abril.com.br/famosos/matheus-ribeiro-primeiro-gay-jornal-nacional/>> Acesso em: 29 de setembro de 2020.

GAZETA DO POVO. **Última sessão**: o fim do videocassete. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/caderno-g/cinema/a-ultima-sessao-de-vhs-o-fim-do-videocassete-enterra-uma-era-de-ouro-da-cultura-moderna-3nn43ri8djwcduda497pj04j/>> Acesso: 01 de maio de 2020.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Cantor Leandro morre em São Paulo aos 36 anos**. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/fol/cult/ult230698018.htm>>: Acesso em: 01 de maio de 2020.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Morre aos 34 anos, Ayrton Senna, tricampeão mundial de Fórmula 1.** Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/5/02/caderno_especial/1.html>. Acesso em: 01 de maio de 2020.

IBGE. **Projeção da população do Brasil e das Unidades da Federação.** Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>> Acesso em: 01 de agosto de 2020.

JORNAL DE BRASÍLIA. **Mais de 60% dos domicílios têm acesso à internet no Brasil, aponta pesquisa.** Disponível em: <https://jornaldebrasil.com.br/brasil/mais-de-60-dos-domicilios-tem-acesso-a-internet-no-brasil-aponta-pesquisa/> Acesso em: 15 de agosto de 2020.

MEMÓRIA GLOBO. **Depoimento em vídeo de José Bonifácio de Oliveira (Boni).** Memória Globo - Diretas Já. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja/>> Acesso em: 01 de maio de 2020.

MEMÓRIA GLOBO. **Domingão do Faustão.** Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/auditorio-e-variedades/domingao-do-faustao/>> Acesso em: 14 de agosto de 2020.

MEMÓRIA GLOBO. **JN 50 anos:** as revoluções provocadas pela comunicação em cinco décadas de reportagens. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7891758/>> Acesso em: 01 de agosto de 2020.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Hoje.** Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-hoje/>>. Acesso em 01 de maio de 2020.

MEMÓRIA GLOBO. **Heraldo Pereira.** Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/perfil/heraldo-pereira/>> Acesso em: 29 de setembro de 2020.

MEMÓRIA GLOBO. **Roberto Marinho.** Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/perfil/roberto-marinho/perfil-completo/>> Acesso em: 19 de agosto de 2020.

Trabalhos de Conclusão de Curso em meio eletrônico

ALBA, Tainara. **Performance telejornalística:** um estudo sobre as experiências de Glória Maria no Globo Repórter. 2018. 319 f. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Jornalismo) – Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/5456>> Acesso em: 13 de abril de 2020.

ALVES, Gabriela Bento. **O jornalismo interpretativo na Globo News Internacional: a informação além do *hard news***. 2019. 240 f. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Jornalismo) – Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/5458/TCC%20Gabriela%20Bento%20Alves.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 12 de junho de 2020.

Vídeos online

GLOBOPLAY. **Jornal Nacional, Íntegra 06/03/2020**. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/8380363/programa/?s=28m02s>> Acesso em: 01 de junho de 2020.

YOUTUBE. **Jornal Nacional – 29/04/1986**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=kvITZInPpAM>> Acesso em: 22 de julho de 2020.

YOUTUBE. **Jornal Nacional - 06/04/1996**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vmujMoD8rE4>> Acesso em: 22 de julho de 2020.

YOUTUBE. **Jornal Nacional – 21/04/2004**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=R_XXIMYQGyl> Acesso em: 22 de julho de 2020.

YOUTUBE. **Jornal Nacional – 27/04/2015** – Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XGHivPIQprQ>> Acesso em: 22 de julho de 2020.

YOUTUBE. **Jornal Nacional – 22/11/2015** – Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6wnWlw9Ucjq>> Acesso em: 22 de julho de 2020.

APÊNDICE - PROJETO DE MONOGRAFIA

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

PEDRO HENRIQUE VENCATO ROSANO

**A PERFORMANCE DOS APRESENTADORES DO JORNAL NACIONAL: UM
RESGATE HISTÓRICO E UMA ANÁLISE CONTEMPORÂNEA**

**Caxias do Sul
2020**

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

PEDRO HENRIQUE VENCATO ROSANO

**A PERFORMANCE DOS APRESENTADORES DO JORNAL NACIONAL: UM
RESGATE HISTÓRICO E UMA ANÁLISE CONTEMPORÂNEA**

Projeto de Monografia apresentado como
requisito para aprovação na disciplina de
Monografia I –

Orientador (a): Ma. Marliva Vanti Gonçalves.

**Caxias do Sul
2020**

1 INTRODUÇÃO	133
2 TEMA	156
3 JUSTIFICATIVA.....	157
4 QUESTÃO NORTEADORA	160
5 HIPÓTESES	161
6 OBJETIVOS	162
7 METODOLOGIA	164
8 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	170
9 ROTEIRO DOS CAPÍTULOS	173
10 CRONOGRAMA	174
REFERÊNCIAS	175

1. INTRODUÇÃO

Para contar uma boa história, é preciso começar pelo início. Como se o tema central fosse um presente e os fatos que se antecederam até que se chegue a ele, fossem o pacote, o laço e a fita.

Desde a época das cavernas, o ser humano tem a necessidade de ser comunicar. Shannon e Weaver apud Santaella (1992) afirmam que comunicação compreende todos os procedimentos realizados por um agente para se comunicar com o outro, que não se limitam às formas orais e escritas, e sim, às artes visuais, música, teatro, dança e poesia. Seu significado pode ser entendido como um termo genérico que cobre todas as funções da linguagem e formas como uma mente pode afetar a outra. O ato de se comunicar, para Santaella (1992), é inevitável, pois até mesmo quando não há interação, estamos emitindo e recebendo mensagens, ou seja, comunicando-nos.

Partindo do conceito de comunicação, viaja-se no tempo até o ano de 1950. Não bastassem tantos acontecimentos marcantes naquele ano, como a volta de Getúlio Vargas⁵⁶ ao poder, uma Copa do Mundo de Futebol⁵⁷ no Brasil e o início da Guerra da Coreia⁵⁸, Francisco Antônio de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello, um advogado, empresário, jornalista, político e, segundo Moraes (1994, p. 421), apaixonado “pelo poder, arte e mulher pelada”, foi o responsável pela chegada da televisão no Brasil.

Conforme apresenta Paternostro (1999), Assis Chateaubriand era dono dos jornais Diário da Noite e Diário de São Paulo, da Revista Cruzeiro e da Rádio Tupi, e detentor do primeiro império de comunicação do Brasil. Chatô, como era popularmente conhecido, trouxe técnicos da Radio Corporation of America (RCA),

⁵⁶ Nascido em São Borja-RS, Getúlio Vargas foi presidente do Brasil em dois períodos (1930-1945 e 1950-1954) e único civil brasileiro a se tornar ditador ao assumir a presidência (SCHMIDT, 2016).

⁵⁷

Competição de seleções de futebol masculino criada em 1930 pelo Francês Jules Rimet, que ocorre de quatro em quatro anos (RIBAS, 2018).

⁵⁸ “A Guerra da Coreia foi travada entre 25 de junho de 1950 a 27 de julho de 1953, opondo a Coreia do Sul e seus aliados, que incluíam os Estados Unidos (EUA) e o Reino Unido, à Coreia do Norte, apoiada pela República Popular da China (RPC) e pela antiga União Soviética (URSS). O resultado foi a manutenção da divisão da península da Coreia em dois países (REVISTA MILITAR, 2018. Disponível em: < <http://revistas.unisinus.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2015.173.09/4984>> Acesso: 12 de maio de 2020).

para implantar a televisão no país, o que ocorreu em 18 de setembro de 1950, com a inauguração da TV Tupi, em São Paulo. Ela foi a primeira emissora de televisão da América do Sul e a quarta do mundo (GILVAN ARAÚJO, 2017).

Um dia depois, estreava o primeiro telejornal brasileiro, “Imagens do Dia”, apresentado por Rui Resende. Porém, a falta de manejo em relação ao novo produto não o tornava atrativo. “O Imagens do Dia era composto por locução em off ⁵⁹, um texto em estilo radiofônico. Entrava no ar entre nove e dez horas da noite, sem qualquer preocupação com a pontualidade”. (PATERNOSTRO, 1999, p. 35). Contudo, o primeiro líder de audiência da televisão foi o Repórter Esso, que estreou em 1953 e ficou no ar por 20 anos. Além deste, também se destacaram nessa época o Edição Extra, Jornal da Vanguarda e Show de Notícias (PATERNOSTRO, 1999).

Diferentemente do rádio, Othon Jambeiro observa um contraste entre o surgimento do rádio e o da televisão: “a televisão surgiu no Brasil sob o domínio do sistema empresarial, com a missão de incrementar o comércio de bens e serviços, divertir e emocionar o público consumidor” (JAMBEIRO, 2002, p. 49). Este pensamento é corroborado por Bistane e Bacellar (2005) ao afirmarem que a televisão brasileira nasceu preocupada em garantir audiência e abusando da publicidade⁶⁰. Entretanto, era preciso alternativas para superar o fenômeno do rádio.

Para tal, retorna-se a Jambeiro (2002), que conta sobre a chegada de empresas estrangeiras, fabricantes de televisores, ao Brasil que, além de aumentarem a produção, baratearam o custo da máquina. A expansão do mercado permitiu que a televisão entrasse nos anos 1960 consolidada no país, a partir da chegada do *videotape*⁶¹ (VT) e dos programas de auditório (PATERNOSTRO, 1999). Gilvan Araújo (2017) encara esta fase como o surgimento de uma cultura de consumo e partir da industrialização que iniciou a popularização da TV. Ele vai ao encontro das

⁵⁹ “Texto lido pelo apresentador, locutor ou repórter e coberto por imagens” (BISTANE; BACELAR, 2008, p. 135).

⁶⁰ Sua finalidade é promover comercialmente um produto. Possui caráter persuasivo e comercial, feito principalmente em meios de comunicação de massa. A publicidade tem discurso persuasivo, sedutor que está voltado o incentivo ao consumo (**Propaganda e Publicidade, Linguagem e Identidade, Consumo e Cidadania: articulação entre conceitos e suas significações**). Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1392-1.pdf>> Acesso: 12 de maio de 2020).

⁶¹ “Criado em 14 de abril de 1956 pelos cientistas americanos da Ampex, Charles Ginsberg e Ray Dolby, é um sistema de gravação, edição e reprodução de imagens e sons televisivos em fita magnética” (ARAÚJO, 2017, p. 97).

ideias de Mattos (2010), que afirma que esse fenômeno ocorreu a partir da chegada de capital externo às emissoras e através de parcerias com empresas estatais, privadas e multinacionais.

Para visualizar de maneira mais clara as transformações sofridas pela televisão ao longo do tempo, apresenta-se a obra História da Televisão Brasileira, de Sérgio Mattos (2010), que divide a história a TV em seis fases, e também as considerações de outros autores acerca de cada um desses períodos:

1) Fase Elitista (1950-1964): nessa fase, se deu o surgimento das primeiras emissoras e o uso da publicidade com a utilização da “garota-propaganda”, além da programação ao vivo. Mas os primeiros desafios da televisão foram grandes. Jambeiro (2002) destaca que o rádio já havia consolidado um padrão industrial, predominante até hoje, além de ser o “xodó” das residências brasileiras nesse período. Na mesma linha, Mattos (2010) aponta que o início da TV foi difícil e que o altíssimo preço dos equipamentos tornava a presença de televisores nas residências populares algo inviável: “o início da TV foi marcado pela falta de recursos, pessoal e pelas improvisações. O preço da televisão era três vezes mais caro do que o rádio mais moderno da época” (MATTOS, 2010, p. 81).

Marcondes Filho (2002, p. 24) é outro autor que partilha dessa mesma visão: “[...] a TV no Brasil era pouco ágil. Não havia cores, nem videoteipe”. Além disso, locuções utilizadas para ilustrar imagens de notícias frias, ou seja, que não haviam ocorrido em tempo real, mesmo naquela época, não cativavam o público.

A televisão brasileira nasceu enraizada no rádio. Segundo Kneipp (2008), a potência vocal e a capacidade de improvisação fizeram com que os radialistas ocupassem as bancadas dos primeiros telejornais.

Os primeiros profissionais a serem convocados para trabalhar na televisão foram os radialistas, visto que a tecnologia, até então, era muito parecida, pelo menos no diz respeito ao sistema de radiodifusão de som e imagens. As exigências para se trabalhar na televisão eram mínimas, pois ninguém sabia como fazer televisão naquele momento (KNEIPP, 2008, p. 99).

Por esses motivos, Gilvan Araújo (2017) destaca que como forma de trazer mais identidade à televisão, substituiu-se a figura do locutor pela do apresentador,

que mais tarde assumiria também a figura de âncora⁶². Souza (2004) recorda que o jornalista Boris Casoy foi o primeiro âncora da televisão no Brasil e Bonner (2009, p. 241) discorre sobre esse momento: “[...] Boris Casoy inaugurou um estilo muito peculiar de apresentação de telejornais. No então denominado TJ Brasil, no SBT, Boris intercalava a leitura de notícias com seus comentários. E ele comentava quase tudo”.

2) Fase Popular (1964-1975): a indústria televisiva crescia rapidamente e os programas de auditório dominavam as emissoras. Percebe-se a influência do circo sobre a TV, que é vista não apenas pela presença dos palhaços ou do homem de auditório, mas também pelo estilo circense de alguns animadores, como Bolinha, Chacrinha, Dercy Gonçalves e Silvio Santos (MATTOS, 2010).

Apesar de a televisão ter caído no gosto do público, os anos 1960 foram de mais chumbo do que flores. O Golpe que depôs o então presidente João Goulart⁶³, em 1964, e iniciou a Ditadura Militar⁶⁴ no Brasil, trouxe 21 anos de censura aos veículos de comunicação, e a partir da publicação do Ato Institucional nº 5 (AI-5)⁶⁵, em 1968, o então presidente Arthur da Costa e Silva⁶⁶ proibiu a veiculação de matérias consideradas “ofensivas à moral e aos bons costumes”, ou seja, que iam contra os interesses do regime.

Paralelamente, Mattos (2010, p. 90) cita a contribuição dos primeiros governos militares com a imprensa e no desenvolvimento dos meios de comunicação de massa. De acordo com o autor, ocorreu à regulamentação de emissoras e o estabelecimento de leis e agências. “Foram instalados satélites terrestres, ampliado o sistema telefônico e a implantação de linhas micro-ondas, possibilitando uma ótima

⁶² “Apresentador de telejornal”. Emite comentários e/ou faz análise dos assuntos abordados nas reportagens. Também pode ser o editor-chefe”. (BISTANE; BACELAR, 2008, p. 131).

⁶³ Natural de São Borja-RS, João Goulart foi o 24º Presidente do Brasil (1961-1964) e último antes do Golpe Militar de 64 (SCHMIDT, 2016).

⁶⁴ Período, de 1964 a 1985, marcado pela repressão, censura à imprensa, às liberdades da população e perseguição às instituições democráticas e pessoas que se opunham ao regime (REZENDE, 2013).

⁶⁵ Decreto-lei que dava poderes ao Presidente para cassar e encarcerar veículos ou civis que não fossem ao encontro dos interesses da Ditadura (SCHMIDT, 2016).

⁶⁶ Gaúcho de Taquari, Arthur da Costa e Silva foi o 26º Presidente do Brasil (1967-1969) e um dos mais severos militares a ocupar a Presidência (SCHMIDT, 2016).

transmissão de TV em todo o território nacional (MATTOS, 2010, p. 90)". Mas este apoio não foi um ato inocente ou de bondade. Machado (2002) salienta que esses investimentos custaram o controle de suas emissoras pelos militares, que passavam a utilizá-las de acordo com sua conveniência. Jambeiro (2002) frisa que os meios de comunicação eram fundamentais para a propagação da doutrina do governo ditatorial.

Esta fase também foi marcada pela criação da TV Globo, em 26 de abril de 1965. Esse acontecimento vai muito além da simples instalação de uma emissora, mas sim, marcou o início do maior império de comunicação da história do Brasil, surgido de uma parceria nada inocente entre a Globo e a empresa estadunidense *Timelife*⁶⁷.

Em 1969 estreava o Jornal Nacional, objeto de estudo deste projeto, e primeiro telejornal brasileiro a cobrir todo o território do país. Naquela noite, os apresentadores Cid Moreira e Hilton Gomes anunciaram um novo jornal para todo Brasil (PEREIRA⁶⁸, 2015). Kneipp⁶⁹ (2008) pontua a intenção do novo telejornal em ir de encontro ao concorrente Repórter Esso. A pesquisadora explica que para se diferenciar de seu principal adversário, o Jornal Nacional criou uma estrutura onde a manchete principal era exibida no final do jornal, de uma forma bem mais apurada para conduzir a um "boa noite" do apresentador, que trouxesse um tom de tranquilidade ao espectador. A disputa, no entanto, durou apenas três anos, já que a TV Tupi, que passava por dificuldades financeiras, foi cassada pelos militares e o Repórter Esso, também, abrindo caminho para a natural consolidação do JN.

⁶⁷ Foi acordo de assistência técnica, aquisição de filmes e programas estrangeiros, instalação de moderna administração, novas habilidades em programação e aquisição dos lucros entre a TV Globo e a empresa *Timelife*. Este acordo também permitiu o controle financeiro, orçamentário e contábil da Globo pela empresa norte-americana. Dois contratos foram assinados entre as marcas, em que a TV Globo comprometia-se a instalar todos os equipamentos da *Timelife* e a concluir a construção de seu prédio até 1963. Porém, a legislação brasileira da época vedava que qualquer empresa estrangeira administrasse emissoras de TV. Com isso, a ilegalidade foi denunciada em 1968, pelo então governador do Estado da Guanabara, Carlos Lacerda, e uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) foi aberta contra a emissora global. O governo militar deu prazo de 90 dias para a Globo regularizar a situação. O encerramento do contrato ocorreu. Contudo, a emissora global já estava estruturada, com boa saúde financeira e pronta para continuar sozinha e cada vez maior (HERZ, 1993).

⁶⁸ **Jornal Nacional:** a nova cara do telejornalismo da Globo. Disponível em: http://bdm.unb.br/bitstream/10483/12161/1/2015_IngridBorgesDuartePereira.pdf> Acesso em: 12 de maio de 2020.

⁶⁹ **Trajetória da formação do telejornalista brasileiro:** as implicações do modelo americano. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-27042009_121921/publico/2157520.pdf> Acesso em: 12 de maio de 2020.

A ideia de transformar a Globo em uma rede passava pela criação do Jornal Nacional, é o que afirma Armando Nogueira (MEMÓRIA GLOBO, 2019). Para o jornalista, a criação do telejornal era uma necessidade de mercado e para prosperar como emissora, nada melhor do que um produto que abrangesse todo o país. O JN também se apropriou do uso do VT e da transmissão via satélite, para assim ser possível se configurar como rede. Deu certo.

3) Fase do Desenvolvimento Tecnológico (1975-1985): três anos antes do início dessa fase aconteceu a primeira transmissão oficial em cores, durante um desfile da Festa Nacional da Uva, na cidade de Caxias do Sul-RS. O evento foi transmitido para todo o país pela TV Difusora (hoje TV Band) e exibido por outras emissoras (GILVAN ARAÚJO, 2017). Em 1978, revogou-se o AI-5 e a censura mais rígida teve fim. Estes marcos são o embrião da fase que se explica a seguir.

Após o período de competição com o rádio e o meio impresso, a televisão passou a ser, inquestionavelmente, a mais importante e ampla fonte de informação do país. Nessa fase ocorreu a profissionalização das emissoras, que passaram a produzir seus próprios programas e variar suas grades de programação. A Globo se estabilizou como maior rede de emissoras do país. Gilvan Araújo (2017) comenta sobre o que Roberto Marinho chamou de “Padrão Globo de Qualidade”. De acordo com o autor, esse novo padrão “se traduzia em maior utilização dos programas gravados e redução de produções ao vivo.

Essa construção permitia imprimir efeitos de voz em off, recursos gráficos, ritmo mais dinâmico e corrigir erros” (GILVAN ARAÚJO, 2017, p.43). Contudo, essas mudanças foram atreladas à redução do improvisado e do inesperado. Essa também era uma forma de não ser atingido pela censura dos militares, que fiscalizavam as grades de programação das emissoras e impediam a veiculação de programas, entrevistas e reportagens que não seguissem os valores da ditadura.

Os anos 1970 foram marcados pelo avanço da tecnologia, como a utilização do *teleprompter* (TP), um equipamento acoplado às câmeras de estúdio que permitem a leitura dos textos pelos apresentadores nas bancadas (BISTANE; BACELLAR, 2008). Ele permitia que os apresentadores lessem as notícias, proporcionando mais dinamismo ao telejornal e evitando que o apresentador precisasse abaixar a cabeça para ler o texto. Kneipp (2008) destaca esse momento: “[...] o texto a ser lido aparecia um pouco acima da câmera, em letras grandes, o que proporcionou ao apresentador

um olhar altivo, de superioridade, sem conseguir olhar o telespectador nos olhos” (KNEIPP, 2008, p. 114). Cid Moreira, que ocupou a bancada do Jornal Nacional durante 27 anos, entre 1969 e 1996, relata a chegada do novo equipamento:

A introdução do teleprompter - aparelho que fica abaixo da câmera e que projeta o texto para o locutor - foi uma maravilha. Até então, eu sempre mentalizava as notícias, mas é impossível decorar o jornal todo. Eu procurava sempre mentalizar a primeira frase para passar credibilidade naquilo que estava dizendo. (MOREIRA in MEMÓRIA GLOBO, 2019, p. 69).

Atualmente, como forma de extinguir qualquer insinuação de superioridade entre apresentador-público, o TP é posicionado logo acima da lente da câmera, à altura dos “olhos” do telespectador, e assim, o apresentador não precisa mais movimentar os olhos ou o rosto para ler as notícias.

4) Fase da transição e da expansão internacional (1985-1990): o fim da Ditadura Militar e o início da Nova República⁷⁰ iniciaram uma nova fase para a televisão. As TVs atingiram uma grande maturidade técnica, reprisando sucessos ao invés de transmitir programas estrangeiros. A promulgação da Constituição Federal de 1988 vedou qualquer tipo de censura. As emissoras de TV transmitiram, quase que em tempo real, os 39 dias de agonia do presidente eleito Tancredo Neves que, doente, morreu antes de assumir o cargo, e as Diretas Já⁷¹.

Mesmo com a Nova República, a televisão enfrentou problemas de credibilidade durante os anos 1980, sobretudo, o Jornal Nacional. Um deles, conforme explica Bistane e Bacellar (2005), foi o início discreto da cobertura dos comícios das Diretas Já, que apenas ganhou nota nos jornais de Rio de Janeiro e de São Paulo (RJTV e SPTV). Já durante a noite, no Jornal Nacional, a edição deu a entender que o movimento fazia parte das comemorações do aniversário de 430 anos da cidade de São Paulo, que de fato, também ocorria naquela data.

⁷⁰ Nova República é como ficou conhecido o período posterior ao regime militar (1964-1985) no Brasil e foi marcado pelas eleições diretas para Presidente da República. Disponível em: <https://www.estudopratico.com.br/nova-republica-inicio-eleicoes-diretas-epresidentes> /. Acesso em: 28 de abril de 2020

⁷¹ Movimento surgido no Brasil em 1984 em apoio à emenda constitucional que previu o restabelecimento das eleições diretas para Presidente da República (MEMÓRIA GLOBO, 2004).

Kneipp (2008, p. 68) corrobora com as autoras: “[...] o que foi ressaltado na matéria foi o aniversário da cidade e não o movimento pelas diretas, que estava em curso em todo o país”. Esse fato é reafirmado na chamada da matéria, retirada do site Memória Globo: “Festa em São Paulo. A cidade comemorou seus 430 anos com mais de 500 solenidades. A maior foi um comício na Praça da Sé.” Boni (2000)⁷², em depoimento ao Memória Globo, justifica a decisão editorial por uma pressão exercida pelos militares a Roberto Marinho, à época, presidente do Grupo Globo. “[...] foi uma pressão intensa em cima do Dr. Roberto e foi uma frustração pra mim e para a equipe de jornalismo”.

Outro equívoco foi o debate promovido entre os candidatos à Presidência da República nas eleições de 1989, entre Fernando Collor de Mello (PRN) e Luiz Inácio “Lula” da Silva (PT). Na época, os debates não eram transmitidos ao vivo e Kneipp (2008) salienta que o que foi exibido mostrava um nítido favorecimento a Collor nas edições do Jornal Hoje⁷³ e do Jornal Nacional. Além disso, o candidato do PRN teve um minuto e meio a mais de fala na edição exibida pela emissora.

Eventualmente erros acontecem e Ali Kamel (2019) ressalta que não há alternativa senão admiti-los e corrigi-los amplamente, mas ao mesmo tempo, alerta: “[...] é evidente, porém, que tudo é uma questão de saldo médio. Uma redação com alto índice de erro, mesmo se corrigindo prontamente, acabará caindo em desgraça” (KAMEL in MEMÓRIA GLOBO, 2019, p. 34).

5) Globalização e TV paga (1990-2000): o país entrou em contínuo processo de modernização. Os canais por assinatura e TV segmentada⁷⁴ exigiram que as emissoras alterassem suas grades de programação e tornassem seus programas mais atrativos. Em 1995, a Globo inaugurou o Projac, maior centro de produção

⁷² MEMÓRIA GLOBO. Depoimento em vídeo de José Bonifácio de Oliveira (Boni). **Memória Globo - Diretas Já**. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja/>>. Acesso em: 01 de maio de 2020.

⁷³Telejornal da Rede Globo criado em 1971. Inicialmente era direcionado ao público feminino, com ênfase em matérias de cultura e comportamento. Com 40 minutos de duração, o Jornal Hoje vai ao ar de segunda a sábado, entre 13h20 e 14h./ Disponível em: < <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-hoje/>>. Acesso em 01 de maio de 2020.

74

“Têm como característica fundamental a venda ao público assinante de uma programação, o que os diferencia da chamada TV de massa” (BOLAÑOS; MENDONÇA, 1999, p. 03).

jornalística da América Latina. Um ano depois, o empresário e apresentador de TV Silvio Santos inaugurou sua nova sede do Sistema Brasil de Televisão (SBT) com 210 mil metros quadrados, quase o dobro dos estúdios globais.

Mattos (2010) define os anos 1990 como o do início da globalização. O autor complementa Santaella (2003), que aponta que a partir desta década os espectadores passaram também a ser usuários, muito por consequência da cultura das mídias, que consiste em uma transição da cultura das massas para a cultura digital e representa um hibridismo midiático, ou seja, a fusão de diferentes mídias. Em obra anterior, Santaella (1992) definiu cultura das mídias apenas como uma cultura própria das massas, já que não havia a internet para dividir a atenção do público. Entretanto, a autora já analisava a mudança da relação televisor-receptor para uma comunicação interativa.

Na medida em que o usuário aprendeu a falar com as redes, seus hábitos exclusivos de consumo automático passaram a conviver com hábitos mais autônomos, que foram sendo gradativamente introduzidos pela cultura das mídias (SANTAELLA, 1992, p. 40).

O telejornalismo, cada vez mais profissional, aceitava apenas jornalistas formados em suas bancadas e nas funções de editores e âncoras (KNEIPP, 2008). A última década do século XX também foi da popularização dos videocassetes⁷⁵, que segundo Mattos (2010), abriram espaço às produções independentes e também, propiciaram que o cinema saísse das “telonas” e migrassem para as “telinhas” (televisão), proporcionando que as pessoas assistissem filmes em casa.

Gilvan Araújo (2017) e Mattos (2010) convergem na ideia de que esse período também foi marcado por uma queda na qualidade da programação, principalmente com a erotização dos programas e a objetificação do corpo feminino. Outro ponto, agora no telejornalismo, foi o que os autores chamaram de “carnavalização” da tragédia, com as coberturas quase que em tempo real e com certa dose de sensacionalismo, das mortes e atos fúnebres do piloto de Fórmula 1 Ayrton Senna⁷⁶,

⁷⁵ O videocassete (VHS) é um gravador capaz de gravar e reproduzir imagens registradas em fitas magnéticas inseridas em caixas plásticas, chamada de cassetes, e de fácil manuseio. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/caderno-g/cinema/a-ultima-sessao-de-vhs-o-fim-do-videocassete-enterra-uma-era-de-ouro-da-cultura-moderna-3nn43ri8djwcduda497pj04j/>> Acesso: 01 de maio de 2020.

⁷⁶ Morre aos 34 anos Ayrton Senna, tricampeão mundial de Fórmula 1. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/5/02/caderno_especial/1.html>. Acesso em: 01 de maio de 2020.

em 1994, e do cantor sertanejo Leandro⁷⁷, da dupla *Leandro & Leonardo*, quatro anos mais tarde.

6) Convergência e qualidade digital (2000-2010): o terceiro milênio chegou e em 2003, deu-se início a um longo processo, de mudança do sinal analógico de televisão para o digital, que ainda está ocorrendo, com previsão de término apenas para 2023⁷⁸. O período também foi de modernização dos televisores, que passaram a ser de tela plana (MATTOS, 2010). Moura e Miranda⁷⁹ (2016) diagnosticam que o telespectador vem mudando seu tipo de consumo, participando mais da programação através do envio de vídeos ou mensagens para programas de variedades e *realities shows*. “O controle remoto, os sites dos programas de entretenimento ou jornalísticos, o advento da mensagem via celular, ligações para responder a enquetes ou jogos vem mudando o perfil do telespectador” (MOURA; MIRANDA, 2016, p. 42).

Essa fase também ficou marcada pela chegada da internet⁸⁰ aos lares brasileiros e o surgimento das redes sociais, nas quais as pessoas podem se comunicar, se informar e se divertir virtualmente. As redes, dentro do ambiente organizacional, funcionam como espaços de compartilhamento de informações, que podem ser tanto presenciais quanto virtuais, onde as pessoas com os mesmos objetivos trocam experiências, criando bases e gerando informações relevantes para o setor em que atuam (TOMAÉL; ALCARÁ in CHIARA, 2005).

⁷⁷ “Cantor Leandro morre em São Paulo aos 36 anos”. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fof/cult/ult230698018.htm>> Acesso em: 01 de maio de 2020.

⁷⁸ “Primeira fase de implantação do sinal de TV digital termina em janeiro”. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-12/primeira-fase-de-implantacao-do-sinal-de-tv-digital-termina-em-janeiro>> Acesso em: 12 de maio de 2020.

⁷⁹

REVISTA MEDIAÇÃO. Belo Horizonte: Universidade FUMEC, v. 18, nº 23, p. 41-49, jul./dez. 2016. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/4146/pdf_1> Acesso em: 12 maio 2020.

⁸⁰ “Para Castells (2003), o projeto de 1969 da Advanced Research Projects Agency (ARPA), chamado ARPAnet, pode ser considerado o marco zero da constituição da internet. A partir dos anos 1980, com o desenvolvimento da tecnologia e da capacidade de conexão entre redes diferentes, o sistema se expandiu para o uso acadêmico. No início de 1990 o cientista inglês Tim Berners- Lee desenvolveu, na Suíça, a World Wide Web (WWW), que é uma das formas de utilização da rede, um espaço que permite a troca de informações multimídia através da estrutura da internet. Com o aumento de usuários, a internet foi transferida para a administração de instituições não governamentais, que se encarregam de estabelecer padrões de infraestrutura. No Brasil, as primeiras iniciativas para disponibilizar a internet ao público em geral começaram em 1996” (CASTELLS apud ALBA, 2018, p. 62, grifos da autora).

Santaella (2001) define bem esse momento ao afirmar que a chegada do século XXI seria de migração das mídias para o mundo digital. Isso se dá a partir de um fenômeno que recebeu o nome de convergência. Jenkins (2008) conceitua convergência como as transformações culturais e sociais nos meios de comunicação, dentre elas, a relação produtor-consumidor (o tema da convergência será explorado com mais profundidade com o transcorrer deste projeto).

A segunda década do século XXI, de 2010 até 2020, ano em que este projeto está sendo produzido, é a fase em que espectador mais consome notícias, programas e filmes não apenas pela televisão, mas principalmente através de *tablets* e *smartphones*, que são os computadores e celulares inteligentes, usufruindo desses conteúdos na hora e pelo tempo que quiser (LUCIANA ARAUJO, 2016). Há 18 anos, Marcondes Filho (2002) denotou o aumento, ou até mesmo o surgimento, do interesse das emissoras em saber o que o telespectador estava assistindo, por quanto tempo ele permanece no canal e se a programação lhe agradava.

Embora a iniciativa dos veículos de comunicação em identificar quem o assiste tenha surgido a partir da TV segmentada, o “nascimento” de um novo tipo de consumidor chamado multiplataformas, de fato despertou ainda mais esse interesse por parte das emissoras. Esse novo consumidor é caracterizado por assistir TV e navegar pela internet, onde, inclusive, assiste programas de TV, escuta rádio e lê notícias online. “É a passagem da era do conteúdo para a era do contexto, na qual o consumo de um mesmo conteúdo pode ocorrer em diferentes locais, caracterizando um momento único de acordo com o contexto” (LUCIANA ARAUJO, 2016, p.03).

Essa procura por identificar as características do público é nítida, nos dias de hoje, muito pela total independência do telespectador no momento de consumir, logo, se deduz que essa busca pela identificação é uma forma de preservar e/ou resgatar a audiência das emissoras.

Como se pôde perceber, a televisão e o telejornalismo passaram por diversas transformações ao longo dos seus 60 anos de história. Mas antes de conhecer os componentes e os desafios de um telejornal, precisa-se compreender os elementos que compõem a TV como um todo. Souza (2014) explica que os programas televisivos são classificados em quatro categorias:

a) informação (debate, documentário, entrevista, telejornal);

- b)** entretenimento (auditório, culinário, desenho, esporte, filme, humor, realities shows, *talk show*, novelas);
- c)** educativo (programas voltados ao ensino, como telecursos);
- d)** especiais (eventos, programas religiosos, infantis e agrícolas).

Cada categoria se ramifica em gêneros. Para identificar um gênero, se busca a compreensão do contexto em que ele está inserido, a partir da identificação de como os programas organizam ideias, recursos e as estratégias de apresentação para garantir o êxito da comunicação com o seu público (Souza, 2014). Ainda de acordo com o autor, a essas características gerais do programa dá-se o nome de formato, que consiste em aspectos da TV que, reunidos, formam um gênero.

Os conceitos de categoria, gênero e formato estão intimamente ligados. Este pesquisador compreendeu, que em se tratando dos telejornais, viu-se que eles estão inseridos na categoria informação, portanto, a partir da identificação do gênero telejornal, identifica-se em que categoria ele se encontra. Em relação ao formato, Machado (2009) diz que esse tipo de formato é um dos mais resistentes da história da televisão, pois obedece praticamente aos mesmos moldes em qualquer lugar do mundo.

Bistane e Bacellar (2005) apresentam elementos técnicos que compõem o gênero telejornal, como cabeça (texto lido pelo apresentador para introduzir a reportagem), escalada (leitura das manchetes na abertura do telejornal), *off* (texto lido pelo repórter e coberto por imagens), sonora (entrevista gravada), entre outros. Na percepção deste pesquisador, compreender estes jargões ou expressões particulares dos telejornais, além de melhor executá-los na prática, torna o profissional mais seguro para desempenhar sua função. Além disso, executar um jornalismo de qualidade é passar pela compreensão da própria notícia, que precisa ser relevante para o público, ou seja, ser uma informação a serviço do indivíduo e/ou da sociedade (CURADO, 2002).

Outro elemento fundamental da televisão e do telejornalismo é a voz. Pelo fato de ser “herdeira” do rádio, a televisão também tem a oralidade como principal instrumento e tem na voz sua matéria-prima (MACHADO, 1999). Este pesquisador entende que, de fato, a voz é um instrumento fundamental na televisão. No entanto, é a utilização da imagem que caracteriza a TV e a torna mais atrativa. Paternostro (1999) pontua que em telejornalismo o texto é escrito tanto para ser falado pelo

apresentador, quanto ouvido, pelo telespectador. Segundo a autora, quem ouve precisa compreender as informações “de primeira”, ou então, tem-se um ruído na comunicação e ela não acontece como deveria.

Este é o ponto de partida para diferenciar o jornalismo impresso do de televisão: a forma de transmitir. Quem escreve uma lauda de TV precisa ter claro que ele será lido uma vez em voz alta por alguém (repórter ou apresentador) e também ouvido, uma única vez. (PATERNOSTRO, 1999, p. 33).

Ao mesmo tempo, ressalta-se que atualmente, embora os compromissos com a clareza e a exatidão do texto continuem sendo um dever do telejornalismo e uma constante “perseguição das redações”, o consumidor tem a oportunidade de rever e ouvir telejornais na íntegra quantas vezes quiser através da internet. Ainda sobre a linguagem dos telejornais, Armando Nogueira (MEMÓRIA GLOBO, 2019), um dos criadores do Jornal Nacional, cita que o texto em televisão precisa seguir a ordem direta (sujeito-verbo-complemento) e ter orações enxutas.

A respeito das exibições de imagens, Nogueira (in MEMÓRIA GLOBO, 2019, p. 36) ressalta a necessidade de se adequá-las aos textos, para que “a imagem mostre e a fala esclareça”. Partindo dessa premissa, se observa que quando se tem um texto jornalístico sem imagens, é preciso fazer com que o texto permita “visualizar” a informação, com a inserção de artes, como quadros, gráficos e selos, usados de maneira direta, didática e eficiente.

Andrade (MEMÓRIA GLOBO, 2019) corrobora com Nogueira ao ponderar sobre conexão entre texto e imagem e acrescenta que não se pode exigir do público um pensamento abstrato, como se o telespectador precisasse subentender o que o apresentador está falando, e ao mesmo tempo, nem apresentar um texto explicativo demais, o que acarretaria na perda do ritmo do telejornal e em um cansaço de quem acompanha. Entende-se que este pensamento pode se aplicar até os dias de hoje, onde tudo precisa ser instantâneo e bem formulado, porque cada vez mais os usuários dos meios de comunicação têm “pressa” pela notícia.

Na ótica de Machado (2002), o telejornal é um programa ao vivo e “fechado” poucos minutos antes de começar. Essa prática aproxima a edição para o mais factual possível e “cobra” da redação um alto grau de exatidão e confiabilidade. Mas o compromisso de ser factual é um desafio para a televisão, que compete com o próprio rádio, e hoje, com a internet. Bistane e Bacellar (2005) salientam que os telejornais

noturnos, por exemplo, têm a missão de dar notícias que começaram a se desenrolar bem antes do início da edição.

Para não ser repetitivo, é preciso avançar nas notícias, apresentar dados que levem a um maior entendimento sobre as informações e fornecer ferramentas que levem a população a adquirir um senso crítico. Isso se dá, porque muitas das informações já chegaram aos telespectadores durante a manhã ou à tarde, portanto, para que ela não seja mais do mesmo é preciso que a notícia traga um diferencial, que acrescente um dado, traga opiniões ou desdobramentos.

Esta gama de opções relacionada ao que assistir na TV, de acordo com Sarlo (1997), suscita a liberdade do telespectador, que não resulta apenas avanço da tecnologia, mas também do desenvolvimento do próprio público, que passou a estabelecer relações de poder com a televisão, sendo ele o tomador de decisões sobre o que assistir ou não. Essa independência foi provocada, inicialmente, por um fenômeno que recebeu o nome de *zapping*. Andrelo ⁸¹(2006) define *zapping* e o ato de zapear, como o exercício que o telespectador adquiriu de mudar de canal frequentemente sob qualquer pretexto a partir da popularização do controle remoto no Brasil, durante os anos 1990.

A autora busca diagnosticar este fenômeno como o desinteresse do público em comerciais, o baixo nível de determinados programas ou o simples prazer de mudar de canal. Outro fator foi o surgimento da TV segmentada na última década do século XX, que proporcionou uma variedade ainda maior de canais, justificando, inclusive, a utilização do controle remoto. “O controle remoto fez com que os telespectadores não só deixassem de ser fiéis a um único canal, mas também parassem de assistir a programas inteiros” (ANDRELLLO, 2006, p. 28).

Machado (2001, p. 03) aponta que os programas de TV são interrompidos a todo o momento por comerciais: “A programação de televisão, mesmo a de caráter narrativo, é seriada, fragmentada, interrompida a todo o momento e não conta com efeitos de continuidade tão rigidamente estabelecidos como no cinema”. Essa interrupção constante pode acabar por cansar o telespectador e fazê-lo perder o interesse pela programação. Ele pode tanto mudar de canal como migrar para as

⁸¹ **A televisão e a prática do zapping:** interatividade com a audiência. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37560>> Acesso em: 14 de maio de 2020.

plataformas de *streaming*⁸², como *Amazon* e *Netflix*, onde não há comerciais e a programação deixa de ser horizontal⁸³, para ser vertical⁸⁴.

Todo esse universo de possibilidades de programação e meios de acessá-la se deu graças à convergência das mídias, que como apresentado no trecho que tratava sobre a sexta fase sobre o desenvolvimento da TV no Brasil, dispõe sobre as transformações culturais e sociais nos meios de comunicação, dentre elas, a relação produtor-consumidor. Este conceito é proposto por Henry Jenkins (2008) que define que esta união das mídias permite que o telespectador deixe de ser um agente sem direito de resposta, ou seja, possa interagir com o produto, muitas vezes motivado pelo próprio veículo, transformando culturalmente a forma de dar e receber notícias.

Jenkins (2008) ainda afirma que a convergência das mídias ocorre também nos cérebros dos consumidores, que deixam de ser passivos e passam a ser ativos, onde toda história pode ser importante e onde todos os consumidores podem ir à busca de suas preferências, assim como marcas e emissoras podem chegar ao seu público. O autor ainda afirma que a mídia digital e o fenômeno da convergência nos libertariam do que chamou de “tirania” dos veículos de massa.

Salienta-se que por um lado, o telespectador, sim, adquiriu uma independência para poder escolher o quê, quando e por quanto tempo assistir, mas as emissoras também criaram mecanismos de seguirem como formadoras de opinião e até mesmo, moldando o comportamento do público através da captura da atenção.

Santaella (2001) destaca que essa troca de informações entre emissor/receptor é feita por meio de mensagens, seguindo as mais diferentes ordens, que podem ser biológicas, corporais, linguísticas, culturais, sonoras, audiovisuais,

82

A tecnologia *streaming* é uma forma de transmissão instantânea de dados de áudio e vídeo através de redes. Por meio do serviço, é possível assistir a filmes ou escutar músicas sem a necessidade de fazer download, o que torna mais rápido o acesso aos conteúdos online./ Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html/>. Acesso em: 01 de maio de 2020.

⁸³ A programação horizontal significa a estratégia utilizada pelas emissoras para estipular um horário fixo para determinado gênero todos os dias da semana, com o objetivo de criar no telespectador o hábito de assistir ao mesmo programa nesse horário (SOUZA, 2004, p. 43).

⁸⁴ As TVs por assinaturas adotam uma rede vertical, ou seja, os programas mudam de horário durante a semana e são reprisados, para ter audiência nos vários horários (SOUZA, 2004, p. 43).

entre outras. A autora convida que se questione o que cada mensagem significa para o emissor e para o receptor e o modo com que elas são transmitidas e difundidas.

Fábia Dejavite (2008) caracteriza essa fase de convergência como o início do que Castells (1999) chamou de sociedade da informação. O termo apropriado pela autora consiste em um nicho incluído nas novas tecnologias, no saber científico, na prestação de serviços (por parte da imprensa) e no consumo (por parte desse consumidor multiplataformas). Esse novo tipo de consumidor também pode tornar-se produtor, se incorporar nas redes sociais e até mesmo, competir (e compete) com os veículos tradicionais de comunicação.

Hoje, a audiência é flutuante e qualquer adolescente pode atrair espectadores dentro de seu quarto. Basta que ele poste vídeos no Youtube. Os canais (Facebook, Twitter), Youtube, Blogs e comunidades se tornaram termômetros dos jornalistas. As tendências estão surgindo na rede, e depois partindo para as emissoras comerciais e, assim, chegando à massa populacional (MOURA; MIRANDA, 2016, p. 43).

Santaella (2003) traduz como um equívoco a reflexão de que as transformações culturais são oriundas apenas das novas tecnologias e dos novos meios de comunicação:

[...] São os tipos de signos que circulam nesses meios, os tipos de mensagens e processos de comunicação que neles se engendram os verdadeiros responsáveis não só por moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos, mas também por propiciar o surgimento de novos ambientes socioculturais (SANTAELLA, 2003, p. 02).

Nestes novos ambientes socioculturais, embora com diferentes níveis de status e influência, todos são participantes. Mas para Jenkins (2008) essa participação passa pelo reconhecimento desse poder e pela sua utilização por parte de consumidores e cidadãos.

A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final (JENKINS, 2008, p. 43).

Com a expansão tecnológica, atualmente, milhões de lares brasileiros estão equipados com pelo menos um computador ou televisão inteligentes, que além de

exibir a programação, permitem gravá-la e também dão acesso à internet. As alternativas que essas ferramentas apresentam são muitas: é possível trabalhar, estudar ou se divertir. Com isso, ficou mais atrativo e até mesmo mais cômodo ficar em casa. Nessa ótica, Dejavite (2008) apresenta o entretenimento como um dos grandes valores da sociedade da informação, como uma válvula de distração e prazer ao espectador e também, o correlaciona com o jornalismo, nos revelando o conceito de infotainment.

O neologismo tem origem no inglês *infotainment* (formado pelas palavras *information* e *entertainment*) e emergiu durante a década de 1980, porém, só ganhou notoriedade no final dos anos 1990. Por entretenimento, Souza (2004) entende como algo que desperta a curiosidade do espectador, além de sua vontade de permanecer no canal.

O entretenimento é necessário para toda e qualquer ideia de produção, sem exceções. Todo programa deve entreter, senão não haverá audiência. Entreter não significa somente sorrir e cantar. Pode ser interessar, divertir, chocar, ou desafiar a audiência, mas despertando sua vontade de assistir. Isso é entretenimento (SOUZA, 2004, pág. 30).

Fábia Dejavite (2008) atenta que entretenimento e jornalismo, historicamente, andaram em vias distintas, pois o entretenimento era visto pelo jornalismo como um subproduto ou uma via de distração. Porém, a partir dos fenômenos de convergência, essa junção não se faz apenas necessária como se tornou inevitável, a partir do momento em que consumidor exige que uma notícia, ao mesmo tempo o informe, distraia e traga algum tipo de emoção.

Sempre coube ao jornalismo o papel de informar e ao entretenimento, entreter, chamar a atenção. A proposta do jornalismo de infotainment é de que uma matéria informe e tenha a capacidade de entreter e/ou prender a atenção do telespectador (DEJAVITE, 2008), seja através de imagens, de uma nova linguagem (menos formal e mais coloquial), com o entretenimento e o jornalismo sendo oferecidos ao mesmo tempo em uma mesma notícia. Reflete-se que essa união oferece uma notícia mais leve, indo ao encontro do desejo de público de relaxar em frente aos televisores. A autora define essa informação mais leve como “notícia light”, que consiste em uma nova forma de o telespectador receber a informação:

[...] notícia light, por sua vez, constitui-se rápida, de fácil entendimento, efêmera, de circulação intensa e divertida. Ao que parece, ela nada mais é do que a solicitação feita pelo receptor que espera encontrar aquela

informação que ao mesmo tempo satisfaça suas necessidades e seus interesses de informar e formar, mas que também não deixe de distraí-lo (DEJAVITE, 2007, p. 09).

Marcondes Filho (2002) afirma que a televisão tem o papel de distrair o telespectador o desconectando do ambiente, do trabalho e dos problemas da vida, mas o autor avança no sentido de que a TV aumenta a influência sobre o seu público, através da propaganda, das novelas e dos próprios telejornais. Isso é feito quando determinada programação se utiliza de artifícios, como o discurso, ou seja, o modo como se emite as mensagens.

Efetivamente a televisão não funciona somente como distensão ou desligamento entre o trabalhador e seu trabalho mecânico e repetitivo. Ao contrário, ela prolonga o ritmo da fábrica, do banco, da empresa, só que de uma outra forma, pois mesmo durante o tempo de repouso, ou enquanto assiste a TV, o sujeito mantém seu ritmo de produção. No lazer, ele adapta suas viagens e passatempos ao princípio do desempenho: é necessário render, produzir, dar conta dos desafios (MARCONDES FILHO, 2002, p.24).

Na televisão, nas artes e na vida, as ações e as mensagens que se emite se dão por meio da performance. Goffman apud Schechner⁸⁵ (2006) define esse termo como uma atividade de um determinado agente em uma determinada ocasião, que serve para influenciar uma ou mais pessoas. Por exemplo, o apresentador de um telejornal utiliza-se da performance para cativar o público, através de sua postura, modo de falar e expressões. Ou então o ator de teatro a utiliza para impressionar e prender a atenção do público. Para Sibilia⁸⁶ (2015), quando se fala de performance, refere-se ao alto desempenho de alguém, ou então, à prática de algo com excelência.

Bião⁸⁷ (2011), no artigo “A presença do corpo em cena nos estudos da performance e na etnocenologia”, baseia-se nos estudos de Schechner para

⁸⁵ SCHECHNER, Richard. **Whats is performance?** In: SCHECHNER, Richard. Performance studies: an introduccion. 2nd. London: Routledge, 2006. p. 28-51. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/378/o/O_QUE_EH_PERF_SCHECHNER.pdf> Acesso em: 13 de maio de 2020.

⁸⁶ REVISTA FRONTEIRAS. São Leopoldo: UNISINOS. v. 17, nº 03, p. 354-364, set./dez. 2015. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2015.173.09/4984>>/. Acesso em: 13 de maio de 2020.

⁸⁷ REVISTA BRASILEIRA DE ESTUDOS DA PRESENÇA. Porto Alegre: UFRGS. V. 1, nº 02, p. 346-369, jul./dez. 2011. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rbep/v1n2/2237-2660-rbep-1-02-00346.pdf>>/. Acesso em: 01 de maio de 2020.

conceituar performance e conclui que a sociedade tem vivido como nunca através dela, como um ato que pode ser entendido como uma demonstração de ser; fazer; mostrar-se fazendo e explicar.

Schechner (2006) correlaciona a performance às ações dos indivíduos, que no seu entendimento, sempre têm um propósito e são direcionadas para alguém. O autor explica que esse fenômeno pode ocorrer em oito situações:

- a) Na vida cotidiana - cozinhar, sociabilizar, forma de viver.
- b) Nas artes.
- c) Nos esportes e outros entretenimentos de massa.
- d) Nos negócios.
- e) Na tecnologia.
- f) No sexo.
- g) Nos rituais – sagrados e temporais.
- h) E em ação.

Ele divide a performance em duas formas de execução: as que “fazem acreditar” e as que “fazem de conta”. A primeira mantém um limite entre o artístico e o real, cria realidades e a encena; já no segundo caso, a distinção do que é real e do que é encenação é bastante clara.

Nenhuma performance seria possível caso não existisse o elemento humano, que pode ser chamado de personagem. O personagem, de acordo com Brait (1985), é o indivíduo que executa a performance ou então, a representação do universo de seu criador. A autora avança e explica que não existe ação sem personagem.

A partir disso, se compreende que o personagem é quem performa e a performance existe apenas quando está sob observação de alguém. Sibilía (2015) corrobora com Brait, destacando que as ações e a própria existência do personagem estão ligadas ao olhar do outro, ao ser observado. Essa definição nos remete à essência do telejornalismo, afinal, não haveria grade de programação ou emissora que resistisse sem uma plateia que lhe prestigiasse de alguma forma.

Apresentadores e repórteres, atores, comediantes e profissionais que vivem de suas imagens, dependem do olhar e até mesmo do julgamento do telespectador, seja ele bom ou não, para sua própria sobrevivência. Esses profissionais também são *performers*, pois se utilizam de suas falas, seu modo de vestir, de se portar e suas

linguagens corporais para prender a atenção do telespectador. No caso de apresentadores e repórteres, se acresce a essa tarefa, o dever de informar com qualidade.

Assim como no teatro, no cinema e nas novelas, o jornalismo também tem seus atores e atrizes, que neste caso são apresentadores e repórteres. Sibilgia (2015) interpreta esses sujeitos como performáticos, ou seja, foram treinados para impressionar quem assiste.

Brait (1985) reflete que a existência do personagem não se resume a apenas sua capacidade de fazer artístico, mas também aos motivos que o levam a fazer isso. No livro *A Sociedade do Espetáculo* (2003), do escritor francês Guy Debord, ele define espetáculo como uma relação que entre pessoas mediatizada por imagens. Esse intercâmbio pode ser a representação da própria sociedade que o utiliza para afirmar suas aparências. O autor define a sociedade como uma acumulação de espetáculos e acidamente tece críticas à performance, definindo-a como um espetáculo (em especial, imagético) que envolve todo o meio social, principalmente pela persuasão da publicidade e da informação, que na sua ótica, promovem a alienação do telespectador:

Quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo. A exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age aparece nisto, os seus próprios gestos já não são seus, mas de um outro que lhes representa (DEBORD, 2003, p. 09).

Marcondes Filho (2002) aponta que o espetáculo constitui o modelo da sociedade e que a televisão tem papel determinante na promoção de espetáculos, pois através de programas, novelas e séries e afins, ela nos dá aquilo que nos falta e proporcionando uma ilusória sensação de paz e tranquilidade.

A televisão é o oposto da psicanálise: enquanto nesta o indivíduo procura ajuda para se conhecer e trabalhar seus problemas, na TV ele busca esquecer, ignorar, eliminar qualquer sofrimento que o atormenta. Se é característico do ser humano recalcar no inconsciente suas recordações amargas, seus traumas, suas decepções e frustrações, é a TV a mais eficiente colaboradora para isso. (MARCONDES FILHO, 2002, p. 57).

Entretanto, se observa que telejornal não possui essa característica tão marcante, pois embora se dedique a encerrar o telejornal com uma notícia mais leve,

ele expõe reportagens de violência, tragédias e crises. A partir disso, Llosa apud Alba (2013) acrescenta que o jornalismo, por si só, não pode mudar a sociedade do espetáculo, pois essas notícias de teor negativo acabam por aborrecer o público, acostumado ao entretenimento. Embora procure relaxar, esse público também se vê como telespectador de problemas com os quais ele se identifica.

Essa realidade está enraizada no tempo contemporâneo de uma sociedade que privilegiou o entretenimento e adquiriu o costume de rejeitar tudo o que aborreça ou lembre que a vida não é só diversão (como o jornalismo, por exemplo). No passado, a cultura foi uma espécie de consciência que não permitia que a sociedade esquecesse ou ignorasse a realidade, mas agora, atua como mecanismo de distração e entretenimento (LLOSA apud ALBA, 2018, p. 282, grifos do autor).

É possível relacionar essas ideias com a vontade que muitas pessoas têm em assumir a identidade de seus ídolos, sejam cantores, jogadores de futebol, atores, atrizes, *digital influencers*, que são indivíduos que possuem canais online para promover produtos, atividades diversas e/ou a si mesmos, ou apresentadores de TV, por exemplo. Salienta-se que o jornalista, ainda jovem, precisa buscar sua própria personalidade, modo de falar e de se expressar, pois às vezes se tem uma referência dentro de uma profissão e busca-se copiá-la, ao invés de inspirar-se em direção a sua originalidade. Stanislavski (1999) destaca que o ser humano pode viver diversas situações ou períodos de vida através da imaginação, no sentido de que o imaginário, ou seja, a realidade que construímos na nossa imaginação, é mais agradável do que o real.

A partir dos conceitos de espetáculo, performance e personagem é preciso refletir sobre o comportamento do público em frente à televisão. Para convencer um indivíduo a permanecer em determinado canal, o agente em questão, que pode ser um apresentador de telejornal, utiliza de técnicas de expressividade, como realizar certa atitude, projetar determinada imagem, assumir um novo comportamento, fazer gestos e transmitir olhares. Para isso, de acordo com Sousa (2009), torna-se necessário reconhecer a audiência, para que as mensagens possam despertar a atenção de quem assiste.

Por atenção, Vygotsky apud Tanaka (2007) compreendem que ela faz parte das funções psicológicas superiores, tipicamente humanas. O funcionamento da atenção baseia-se inicialmente em mecanismos neurológicos inatos e involuntários. Para Eric Kandel (2009), a atenção funciona como um filtro: quando o indivíduo

contempla uma imagem a sua frente e concentra informações sensoriais para compreender o que está vendo. Se o que ele está vendo lhe agrada, ele fixa sua atenção, podendo até ignorar o que está ao seu redor; caso contrário, ele identifica a informação e a exclui em seguida - e muda de canal, se estivermos tratando de televisão. Existem dois tipos de atenção: a voluntária e a involuntária.

A atenção involuntária é sustentada por processos neurais automáticos e é particularmente evidente na memória implícita. [...] A atenção voluntária é ativada por uma propriedade do mundo externo – do estímulo – e é capturada, de acordo com James, por ‘coisas grandes, coisas brilhantes, coisas em movimento ou sangue’. James sustentou que a atenção voluntária é evidentemente um processo consciente nas pessoas. [...] Desse modo, é provável que ela tenha início no córtex cerebral. Numa perspectiva reducionista, os dois tipos de atenção convocam sinais biológicos de saliência, como os neurotransmissores modulatórios, que regulam a função ou a configuração de uma rede neural” (JAMES apud KANDEL, 2009, p. 341, grifos do autor).

Sousa (2009) ressalta que a exposição prolongada de um indivíduo a um determinado tema que lhe agrada e prenda sua atenção, seja pelo fato de ir ao encontro de suas crenças, valores ou apenas pelo próprio gosto, pode fazer com que essa pessoa tenha resistência à mudança. Na percepção deste pesquisador, as emissoras utilizam-se de mecanismos, como veicular programas direcionados ao seu público, para fidelizar sua audiência, principalmente com relação aos programas que a desligue de sua realidade e lhe proporcionem satisfação ou prazer. Marcondes Filho (2002) observa que esse é o desejo do telespectador, obter uma satisfação, mesmo que superficial, para camuflar seus medos e frustrações. Por isso, um telejornal busca entreter, ao mesmo tempo em que informa (DEJAVITE, 2008).

Uma mensagem mal emitida, um comentário feito em um momento inadequado, ou até uma palavra mal empregada, pode mexer com o comportamento do público e provoca as mais diferentes e até inesperadas reações, como rejeição desse profissional, no sentido de não consumir mais seu programa, emissora ou espaço de fala e manifestações nas redes sociais. Bonner (2009) chama a atenção para pilares do jornalismo profissional, como clareza, correção, isenção e responsabilidade. A partir da prática dessas características, fica-se mais próximo de um jornalismo considerado de qualidade.

Com isso, recorre-se ao tema da monografia deste pesquisador: “As mudanças no formato de apresentação do Jornal Nacional através do tempo”. A temática evoca

a relevância da performance dos apresentadores do JN e como seu progresso, mas, inegavelmente, suas transformações, impactaram no modo de emitir as notícias e são diretamente responsáveis pela vontade de público em permanecer vendo, ouvindo e sentindo, com atenção, aquilo que o apresentador busca transmitir. Paternostro (1999) aponta que cada telejornal possui um estilo próprio de apresentar. A partir disso, o fato de este pesquisador corroborar com a autora e ter uma curiosidade científica de compreender como um jornal cinquentenário se mantém absoluto em audiência e em constante renovação, permitiu e contribuiu para a realização desse estudo.

2. TEMA

As mudanças no formato de apresentação do Jornal Nacional desde a criação até os dias atuais.

3. JUSTIFICATIVA

Há quase uma década e meia, este pesquisador, então aos nove anos de idade, foi selecionado para participar da promoção “Apresentador Por Um Dia do Jornal do Almoço”. A inscrição, realizada pela mãe, foi despretensiosa, por pura diversão. Contudo, os cinco dias conhecendo os estúdios da RBS TV de Caxias do Sul, envolvido na produção de uma reportagem e apresentando a principal revista eletrônica do estado, ao vivo, criou (ou despertou?) uma vocação e a vontade de seguir na profissão de jornalista.

A partir disso, assistir telejornais virou um costume. Primeiro, sem entender direito o que via e ouvia, mas conforme os anos foram passando, o interesse por se inteirar e compreender os assuntos aumentou. Esse exercício se deu muito por influência do avô, Josemar Vencato (*in memoriam*), um assíduo telespectador, em especial do Jornal Nacional e um grande incentivador da busca pelo conhecimento.

Não há dúvida de que parte do gosto por ser informado se deu por essa significativa influência. Bourdieu (1997) afirma que a televisão permite que se atinja o mundo todo e devido ao sentimento do estudante, autor desta pesquisa, de explorar novas fronteiras, é que a TV se constituiu como a primeira porta de entrada para o real e, também, para o imaginário.

Este pesquisador, desde a infância, foi comunicativo. Como cita Paternostro (1999), a comunicação torna possível a interação e a convivência entre os homens. Porém, esse processo está condicionado ao acesso das pessoas às informações. É sabido que uma parcela da população, embora tenha a tecnologia ao seu alcance, não usufrui de meios confiáveis de informação, ou seja, onde se realize jornalismo profissional. Assim, tornam-se mal informadas e, ao mesmo tempo, tem mais inclinação para disseminar notícias falsas.

Com essa constatação, percebeu-se que a escolha do Curso de Jornalismo seria a melhor alternativa acadêmica, fruto de experiências do pesquisador enquanto criança e agora, movido pelo desejo de fazer a diferença, prestar serviços públicos e oferecer notícias verdadeiras, e de qualidade, para as pessoas.

Mesmo com a popularização da internet, a televisão ainda segue como um “canhão” poderoso de comunicação. O tema desta monografia visa analisar as mudanças na performance dos apresentadores do Jornal Nacional ao longo do

tempo. A escolha por este telejornal se dá, além do caráter afetivo, por ser uma referência no audiovisual brasileiro e pela sua capacidade de se manter atualizado.

Passado meio século de sua criação, o Jornal Nacional teve altos e baixos até se consolidar no que é hoje, e identificar esses momentos, além de um resgate histórico, faz com que se passe a compreender melhor seu papel, hoje, no mundo audiovisual. Seja para se espelhar ou para fazer o contrário, o JN é observado, analisado por outras emissoras, repercutido nas redes sociais e também objeto de estudo de pesquisadores.

A escolha pelo viés da performance, ou seja, o alto desempenho de um indivíduo em uma determinada atividade (SIBILIA, 2015), como por exemplo, um apresentador ou repórter no exercício do jornalismo, tem o objetivo de mostrar como ela se desenvolve a partir da tecnologia do modo de consumir as notícias. Apresentadores e repórteres, atores e comediantes são profissionais que vivem de suas imagens, dependem do olhar e até mesmo do julgamento do telespectador, seja ele bom ou mau, para sua própria sobrevivência e a de seu veículo.

Portanto, é válido que se estude o quanto eles utilizam-se dessa performance. Bonner (2019) elenca clareza, correção, isenção e responsabilidade como pilares do jornalismo profissional e tido como de qualidade. Identificar se os apresentadores do JN utilizam, ou não, dessas características, faz parte do processo de descoberta deste projeto e da futura monografia, a partir de uma análise contemporânea, ou seja, sob aspectos da atualidade.

Compreender essas questões e refletir sobre elas é vital para o acadêmico de jornalismo e para o jornalista, que segundo Machado (2002) tem a função básica de informar, mas, além disso, de ser entendido, pois o modo como as notícias são recebidas também mudou – e ainda muda, frequentemente.

O profissional da comunicação precisa se manter atualizado, estar plenamente inteirado sobre o que acontece na sociedade como um todo, acontecimentos e mudanças que o mundo sofre constantemente. Dominar as ferramentas disponibilizadas através da internet, mas também, entender onde se acertou e se errou na performance, em busca de um jornalismo bem feito e em constante aperfeiçoamento precisa ser uma espécie de “perseguição” das redações.

Além de uma pesquisa que reflita, explore conceitos e exemplos, está se procurando mostrar o valor que o jornalismo possui para o Brasil e para os brasileiros. Um desejo herdado da infância e que se procura cumprir na vida adulta, mas ainda –

e para sempre - na condição aprendiz. Portanto, acredita-se que a futura monografia, que se desenha nesse projeto, esteja plenamente justificada.

4. QUESTÃO NORTEADORA

Como a performance dos apresentadores do Jornal Nacional foi afetada pelas tecnologias e pelo desenvolvimento do modo de consumir as notícias?

5. HIPÓTESES

A) Ao longo da história, a performance atual e o tom de voz dos apresentadores deixaram o Jornal Nacional mais “leve”. Entretanto, essas mudanças não o enquadram na categoria de infotainment.

B) O Jornal Nacional exibe suas manchetes principais no início do telejornal e termina a edição de forma a tranquilizar o telespectador, com uma matéria que não está na escalada. A performance dos apresentadores acompanha esse roteiro.

C) A performance atual dos apresentadores do Jornal Nacional leva em consideração o infotainment e as alternativas que o público possui, a partir da internet, para consumir as notícias.

D) As edições estudadas nessa pesquisa, e seus recortes, mostram como os apresentadores do JN utilizam-se da performance para emitir informações com clareza, credibilidade e precisão, respeitando as características de um programa televisual considerado de qualidade.

6. OBJETIVOS

6.1 Objetivo Geral

Conceituar a performance e analisar sua presença na apresentação do Jornal Nacional, a partir do avanço da tecnologia e do desenvolvimento no modo de consumir as notícias.

6.2 Objetivos Específicos

H. A

- a) Apresentar a história da televisão no Brasil e do Jornal Nacional, em específico;
- b) Conceituar e caracterizar telejornalismo, refletindo sobre suas fases dentro história da televisão brasileira;
- c) Analisar o conceito de categoria, gênero, formato e suas hibridizações a partir do telejornalismo;
- d) Verificar as transformações no formato de apresentação do JN ao longo do tempo;
- e) Conceituar infotenimento;
- f) Significar performance e personagem.;
- g) Explicar a importância da performance na apresentação do Jornal Nacional e identificar sua presença e características.

H. B.

- a) Conceituar e caracterizar telejornalismo, refletindo sobre seu papel na história da televisão brasileira;
- b) Significar categoria, gênero e formato, especificando onde o Jornal Nacional se localiza dentro desses conceitos;
- c) Apresentar a história do Jornal Nacional;
- d) Verificar as transformações no formato de apresentação do JN ao longo do tempo;
- e) Definir convergência das mídias e analisar como ela impacta no formato de apresentação do Jornal Nacional;

f) Conceituar zapping e infotenimento, analisando a influência desses fenômenos no modo de consumo da informação ao longo da história.

H. C.

a) Definir convergência das mídias, a partir do surgimento da internet, e analisar seu impacto no consumo da informação;

b) Conceituar zapping e infotenimento, relacionando esses fenômenos ao longo da história com o telejornalismo, entretenimento e o espetáculo;

c) Significar performance e personagem;

d) Identificar a presença da performance na apresentação do Jornal Nacional, explicando sua contribuição para a produção de um telejornal considerado de qualidade.

H. D.

a) Conceituar e caracterizar telejornalismo, refletindo sobre seu significado na história da televisão brasileira;

b) Analisar os conceitos de categoria, gênero e formato, identificando seu papel no telejornalismo;

c) Definir convergência das mídias, a partir do surgimento da internet, analisando como ela impactou no formato de apresentação do Jornal Nacional;

d) Significar performance e personagem;

e) Conceituar atenção e percepção, analisando como a performance do apresentador atua na tentativa de manter a audiência.

7. METODOLOGIA

Norteia este projeto de monografia a busca por compreender de que forma a performance dos apresentadores do Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, foi afetada pelo avanço da tecnologia, sobretudo, a partir da chegada da internet, e pelo desenvolvimento do modo de consumir as notícias. O objetivo do projeto também consiste em conceituar e identificar a presença da performance na apresentação do JN, em diferentes períodos da história do telejornal.

Por performance, Sibilia (2015) refere-se ao alto desempenho de alguém em determinada atividade. Goffman apud Schechner (2006) define esse termo como a atividade de um agente que serve para influenciar uma ou mais pessoas. Um exemplo é o apresentador de um telejornal, que se utiliza da performance para “prender” a atenção do público, por meio de expressões, postura, tom de voz e outras técnicas. No decorrer das décadas e das transformações sofridas pelo jornalismo e pelo mundo, modificaram-se essas performances e analisá-las, a partir de sua observação, contribui para que se alcancem os objetivos deste estudo.

A fim de que se trace uma espécie de roteiro e se torne o projeto de pesquisa e a futura monografia, coesos e com caráter científico, a análise de um trabalho de conclusão de curso é dividida em três etapas. Mas, antes que se amplie este assunto, precisa-se compreender o conceito de pesquisa, metodologia e método. O conceito de pesquisa pode ser explorado a partir de Gil (2007) apud Gerhardt e Silveira (2009). Ele a conceitua como um procedimento sistemático que objetiva buscar respostas às questões propostas, através de formulação do problema, discussões acerca da temática e apresentação dos resultados.

Segundo Tartuce (2006) apud Gerhardt e Silveira (2009), metodologia é o estudo do método, da identificação, da organização e do planejamento que serão percorridos durante um estudo científico. Tartuce define método como um conjunto de regras para realizar uma pesquisa. Fonseca (2002) apud Gerhardt e Silveira (2009) explica que, etimologicamente, *methodos* significa organização e *logos*, estudo sistemático, pesquisa ou investigação.

O caráter de pesquisa mais adequado para este projeto de monografia é a pesquisa qualitativa. Diferente da quantitativa – que apresenta os dados por meio de conclusões matemáticas e estatísticas; Marconi e Lakatos (2011) explicam que a pesquisa qualitativa analisa uma situação de forma mais aprofundada, a partir do

estudo de técnicas e comportamentos. Gerhard e Silveira (2009) definem que não há como quantificar os aspectos que a integram, portanto, se solucionam questionamentos com a interpretação. Relacionando a pesquisa qualitativa com o tema deste projeto, se entende que não seria possível uma análise aprofundada da performance somente a partir de números e estatísticas.

Como procedimento metodológico foi escolhida a pesquisa bibliográfica. De acordo com Fonseca (2002) apud Gerhardt e Silveira (2009, p. 32), esse tipo de pesquisa é feito “a partir de levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites”, ou seja, apresenta ao leitor o que já foi estudado em determinado assunto e proporciona base teórico-científica para que o pesquisador apresente seus resultados, a partir de análises e reflexões.

Para conduzir os estudos deste projeto, o pesquisador utilizará o método de Análise de Conteúdo, proposto pela autora Laurence Bardin. Segundo Bardin (2011), a Análise de Conteúdo consiste em um conjunto de instrumentos metodológicos que podem se aplicar em diferentes discursos, sejam eles, objetivos ou subjetivos.

Ela organiza esta forma de análise em três fases, explicadas sob a sua ótica, a seguir:

a) pré-análise (ou coleta de material): esta primeira fase da Análise de Conteúdo é a organização das ideias; como sistematizá-las para conduzir os próximos passos de um estudo, a partir da reunião de documentos bibliográficos que serão fontes de pesquisa. Estabelecem-se três tarefas para esta fase: a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e objetivos e a escolha dos indicadores que fundamentam a interpretação final.

A escolha dos documentos se deu a partir de extensa pesquisa bibliográfica em dissertações, e-books, livros, revistas e teses. Esses materiais apresentam a história da televisão no Brasil e da Rede Globo, em específico, e conceitos como os de zapping, convergência das mídias, infotenimento, atenção e percepção relacionadas ao telespectador; performance e personagem, entre outros. Ainda foram consultados materiais que apresentam e analisam o Jornal Nacional, como produto audiovisual, e o telejornalismo, como gênero.

Todos esses assuntos estão desenvolvidos na introdução deste projeto e serão aprofundados ao longo da futura monografia baseados na questão norteadora

apresentada pelo pesquisador. Para tal foram formuladas quatro hipóteses, a fim de comprová-las ou refutá-las, e apontados diversos objetivos para serem alcançados, a partir das suas respectivas análises. Os documentos que serão submetidos à metodologia consistem em trechos de seis edições do Jornal Nacional nas décadas de 1980, 1990, 2000 e 2010. Bardin elenca algumas regras para orientar esses estudos:

- a) *Regra da exaustividade*: é preciso ter em conta todos os elementos do corpus. Não se pode deixar de fora qualquer um destes;
- b) *Regra da representatividade*: a análise pode ser feita com uma amostra, desde que o material seja qualificado para tal atividade;
- c) *Regra da homogeneidade*: os documentos devem obedecer a critérios de escolha e não apresentar demasiada singularidade fora destes critérios;
- d) *Regra da pertinência*: “os documentos retidos devem ser adequados, enquanto fonte de informação, de modo a corresponderem ao objetivo que suscita a análise”. (BARDIN, 2011, p. 126-127)

As edições selecionadas obedecem a essas regras porque possuem em seu *corpus* todos os principais elementos que serão submetidos à análise, como a presença da performance, a variação de enquadramento das câmeras e as mudanças no cenário. Outro ponto foi que, embora todos os recortes sejam ambientados nos estúdios do Jornal Nacional, existe pluralidade no conteúdo, ou seja, mesmo que a essência seja semelhante, o conteúdo, ou aquilo que é apresentado e a forma como é mostrado, são diferentes. E ainda, também se levou em consideração, a partir do acompanhamento, na íntegra, das edições do JN, se os recortes eram pertinentes aos objetivos deste trabalho, enquanto pesquisa científica.

Para a realização da monografia serão objetos de análise, portanto, trechos de seis edições do Jornal Nacional, que são apresentados a seguir, na ordem que se encontram na futura monografia.

a) *Jornal Nacional de 29 de abril de 1986*⁸⁸ apresentado por Cid Moreira e Celso Freitas. Esta edição do telejornal possui 23 minutos e 48 segundos. Quatro recortes foram feitos. **Trecho 1:** 0'17" a 0'45". **Trecho 2:** 0'55" a 1'49". **Trecho 3:** 21'50" a 22'03". **Trecho 4:** 23'21" a 23'48".

b) *Jornal Nacional de 06 de abril de 1996*⁸⁹ apresentado por Fátima Bernardes e William Bonner. Esta edição do telejornal possui 37 minutos e sete segundos. Quatro recortes foram feitos. **Trecho 1:** da abertura do telejornal até 00'56". **Trecho 2:** 0'57" até 01'08". **Trecho 3:** 25'28" até 26'06". **Trecho 4:** 36'29" a 36'55".

c) *Jornal Nacional de 21 de fevereiro de 2004*⁹⁰ apresentado por Fátima Bernardes e William Bonner. Esta edição do telejornal possui 48 minutos e sete segundos. Quatro recortes foram feitos. **Trecho 1:** 0'24" a 01'31". **Trecho 2:** 01'33" até 02'18". **Trecho 3:** 35'04" até 35'10". **Trecho 4:** 47'34" até 48'00".

d) *Trecho do Jornal Nacional de 27 de abril de 2015*⁹¹, com 55 segundos de duração, apresentado por Renata Vasconcellos e William Bonner. Um recorte foi feito. **Trecho 1:** 0'00" a 0'55".

e) *Jornal Nacional de 25 de novembro de 2015*⁹² apresentado por Renata Vasconcellos e William Bonner. Esta edição do telejornal possui 34 minutos e 52 segundos. Quatro recortes foram feitos. **Trecho 1:** 0'04 até 1'22" **Trecho 2:** 1'27" a 1'50" **Trecho 3:** 26'50" a 27'08" **Trecho 4:** 33'24" a 34'52".

f) *Jornal Nacional de 06 de março de 2020*⁹³ apresentado por Renata Vasconcellos e William Bonner. Esta edição do telejornal possui 43 minutos e

⁸⁸ **Jornal Nacional de 29 de abril de 1986.** Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=kVITZlnPpAM>> Acesso em: 22 de julho de 2020.

⁸⁹ **Jornal Nacional de 06 de abril de 1996.** Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=vmujMoD8rE4>> Acesso em: 22 de julho de 2020

⁹⁰ **Jornal Nacional de 21 de fevereiro de 2004.** Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=R_XXIMYQGyl> Acesso em: 22 de julho de 2020

⁹¹ **Trecho do Jornal Nacional de 27 de abril de 2015.** Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=XGHivPIQprQ>> Acesso em: 22 de julho de 2020.

⁹² **Jornal Nacional de 25 de novembro de 2015.** Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=6wnWlw9Ucig>> Acesso em: 22 de julho de 2020.

⁹³ **Jornal Nacional de 06 de março de 2020.** Disponível em: < <https://globoplay.globo.com/v/8380363/programa/?s=28m02s>> Acesso em: 01 de junho de 2020.

20 segundos. Três recortes foram feitos. **Trecho 1:** da abertura do telejornal a 04'49". **Trecho 2:** 25'40" a 25'51". **Trecho 3:** 42'01" a 43'20".

b) exploração do material: concluída a pré-análise, o pesquisador pode seguir para a fase de exploração do material. Nela, ocorre a codificação do que foi pesquisado, que conforme explica Bardin (2011) é a transformação de um texto bruto, selecionado na pré-análise, em uma representação de conteúdo. Na futura monografia, a exploração do material se dará por meio da decupagem dos trechos em recorte das referidas edições do JN.

[...] dos dados brutos do texto, transformação esta que, por recorte, agregação e enumeração, permite atingir uma representação do conteúdo, ou da sua expressão, susceptível de esclarecer o analista acerca das características do texto, que podem servir de índices (BARDIN, 2011, p. 133).

A autora indica que se dividam os objetos de estudo em categorias, como a separar e classificar elementos, cujas características serão analisadas separadamente e que servem, também, como foco de atenção em relação aos objetos de estudo. Bardin (2011) vai além, e, ainda, destaca o que considera qualidades para uma boa categorização:

- a) *Exclusão mútua:* o elemento não pode existir em mais de uma divisão;
- b) *Homogeneidade:* um princípio de classificação deve governar sua organização;
- c) *Pertinência:* a categoria é considerada pertinente quando está adaptada ao material de análise escolhido e pertence ao quadro teórico definido;
- d) *Objetividade e a fidelidade:* as partes do material devem ser codificadas da mesma maneira;
- e) *Produtividade:* um conjunto de categorias é produtivo se fornecer resultados férteis em índices de inferências, em hipóteses novas e em dados exatos.

Com base nesses apontamentos, os trechos a serem estudados foram escolhidos para auxiliarem na decupagem, na observação do pesquisador e em sua posterior análise.

I. *Performance*: como expressões faciais e corporais denotam diferentes sentimentos, interação entre os apresentadores, interação dos apresentadores com os repórteres, gestos e tom de voz.

II. *Performance imagética*: identificação e variação dos planos de enquadramento e movimento das câmeras durante o telejornal.

III. *Cenário*: alterações do cenário do Jornal Nacional ao longo das décadas, movimentação dos apresentadores pelo cenário e presença da imagem da redação e artes gráficas como recursos.

Na futura monografia, cada edição do Jornal Nacional será apresentada com data de exibição da edição, tempo total de duração, tempo de recorte com início e fim e decupagem detalhada, com a descrição, na íntegra, dos trechos previamente selecionados, das falas e gestos dos apresentadores.

A análise das reportagens e da performance dos repórteres do Jornal Nacional não farão parte deste projeto, em prévia decisão tomada entre orientando e orientador, portanto, os trechos escolhidos possuem tempo de duração reduzido. Como forma de facilitar a compreensão do leitor, na futura monografia também haverá a explicação sobre o contexto geral em que os recortes estão inseridos.

c) Tratamento dos resultados obtidos e interpretação: concluída a exploração do material, esta terceira e última fase pretende interpretar os resultados/dados obtidos nas etapas anteriores, para que eles sejam significativos e válidos, e até mesmo oportunizar novos aprendizados ou provocar reflexões que podem ser debatidas em outro projeto ou análise, em torno de novas óticas e dimensões teóricas.

Dadas as considerações finais de como será realizada a análise deste projeto de monografia, parte-se para a revisão bibliográfica dos temas abordados, o que dispõe o capítulo a seguir.

8. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

8.1 HISTÓRIA DA TELEVISÃO NO BRASIL

Para compreender o desenvolvimento da televisão no Brasil e suas transformações ao longo dos anos, este pesquisador utilizou como referências as seguintes obras: *A história da imprensa no Brasil* (2008), de Ana Luiza Martins e Tânia Regina de Luca; *A TV no Brasil no Século XX* (2002), de Othon Jambeiro; *História da Televisão Brasileira* (2010), de Sérgio Mattos entre outros objetos de estudo, como artigos, revistas e teses, que serviram de base para a produção da pesquisa.

8.2 TELEJORNALISMO

Para conceituar telejornalismo além de compreender as características e identificar em que consiste um telejornalismo considerado de qualidade, foram tomadas como referências as obras: *A televisão levada a sério* (2009), de Arlindo Machado; *A notícia na TV* (2002), de Olga Curado; *Jornalismo de TV* (2005), Luciana Bistane e Luciane Bacellar; *Televisão: a vida pelo vídeo*, de Ciro Marcondes Filho (2002); *O texto na TV* (1999), de Vera íris Paternostro, entre outras obras, artigos e teses.

8.3 JORNAL NACIONAL

O Jornal Nacional, telejornal da Rede Globo criado em 1969, é o objeto de estudo desta pesquisa. Para que se entenda seu modo de fazer, seu papel na história da televisão brasileira e, com isso, permita-se sua análise, foram utilizadas as obras a seguir: *Jornal Nacional: a notícia que faz história* (2004) e *JN: 50 anos de Telejornalismo* (2019), ambos de vários autores e organizados pelo Memória Globo; *Jornal Nacional: Modo de Fazer* (2009), de William Bonner, entre outros materiais, como artigos e teses, também foram consultados.

8.4 CATEGORIAS, GÊNEROS E FORMATOS

Para conceituar categoria, gênero e formato, além de explorar a categoria de infotimento, foram utilizados os seguintes materiais, entre livros, artigos e revistas: *A Notícia light e o jornalismo de infotimento* (2007), de Fábila Dejavite; *Gêneros e formatos na televisão brasileira* (2004), de José Carlos Aronchi de Souza, entre outros.

8.5 CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS E ZAPPING

A convergência das mídias e o zapping foram fenômenos de grande significado para que se chegasse ao modo de produzir conteúdo atualmente. Para compreender o que eles representaram para o telejornalismo e identificar seu reflexo na sociedade, foram utilizadas as referências a seguir: *A cultura da convergência* (2008), de Henry Jenkins; os livros *O que é semiótica?* (1990), *Cultura e artes do pós-humano* (1992) e *Comunicação e Pesquisa* (2001), de Lucia Santaella; *O sujeito no ciberespaço* (2001), de Arlindo Machado; *A televisão e a prática do zapping: interatividade com a audiência* (2006), de Roseane Andrelo, entre outras fontes de pesquisa.

8.6 PERFORMANCE E PERSONAGEM

A performance dos apresentadores do Jornal Nacional é a motivação de análise da futura monografia. Para conceituar performance e personagem, e também compreender suas nuances e características teve-se como base de estudo as seguintes referências: *A personagem* (1985) de Beth Brait; *A criação de um papel* (1999), de Constantin Stanislavski; *A sociedade do espetáculo* (2003), de Guy Debord; e *Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível* (2015) de Paula Sibília.

8.7 ATENÇÃO E PERCEPÇÃO DO PÚBLICO

Para um melhor entendimento sobre como o modo de apresentação e a performance agem na tentativa de prender a atenção do telespectador foi importante definir atenção e percepção. Para tal, foram consultadas as obras: *E o cérebro criou o*

homem (2011), de Antônio Damásio; *Em busca da memória* (2009), de Eric Kandel; *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media* (2006), de Jorge Pedro Sousa, entre outros materiais que também serviram como fonte de pesquisa.

8.8 METODOLOGIA

Para esclarecer como se dará a metodologia da futura monografia, apresentar os objetos de estudo e seus recortes, bem como os passos para produzir a análise foi utilizada, principalmente, a obra *Análise de Conteúdo* (2011), de Laurence Bardin.

9. ROTEIRO DOS CAPÍTULOS

1 INTRODUÇÃO

2 A TELEVISÃO NO BRASIL

2.1 O SURGIMENTO DA TV: NADA SERÁ COMO ANTES

2.1.1 Chatô: o Rei do Brasil

2.2 EU TENHO O PODER: A HISTÓRIA DA REDE GLOBO

3 TELEJORNALISMO E JORNAL NACIONAL: O OLHAR POR TRÁS DA NOTÍCIA

3.1 CATEGORIAS, GÊNEROS E FORMATOS DA TELEVISÃO BRASILEIRA

3.2 TELEJORNALISMO: CARACTERÍSTICAS E ELEMENTOS

3.3 UM TELEJORNAL PARA O BRASIL: A HISTÓRIA DO JN

3.3.1 As vozes da notícia

3.3.2 O Jornal Nacional na prática

4 A PERFORMANCE COMO CONDIÇÃO HUMANA

4.1 PERFORMANCE E PERSONAGEM

4.1.1 Atenção e Percepção

5 METODOLOGIA

5.1 EXPLORAÇÃO DO MATERIAL

5.1.1 Jornal Nacional, 1986

5.1.2 Jornal Nacional, 1996

5.1.3 Jornal Nacional, 2004

5.1.4 Jornal Nacional, 2015

5.1.5 Jornal Nacional, 2015

5.1.6 Jornal Nacional, 2020

5.2 ANÁLISE

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

REFERÊNCIAS

APÊNDICE

10. CRONOGRAMA

ATIVIDADE	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Produção da introdução	x	x				
Produção capítulo 2 correção da introdução		x				
Produção capítulo 3 correção do capítulo 2		x				
Produção capítulo 4 correção do capítulo 3			x			
Produção capítulo 5 correção do capítulo 4			x			
Produção capítulo 6 correção do capítulo 5				x		
Produção das considerações finais correção do capítulo 6				x	x	
Correções finais e verificação da formatação					x	x
Entrega da monografia						x

REFERÊNCIAS

ARBEX, José. **O poder da TV**. São Paulo: Editora Scipione, 1995.

ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnlismo**: a notícia como espetáculo. São Paulo: Editora Casa Amarela, 2005.

BONNER, William. **Jornal Nacional**: modo de fazer. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2009.

BORDIEU, Pierre. **Sobre Televisão**: a influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1997.

CARVALHO, Alexandre. **Reportagem na TV**: como fazer, como produzir, como editar. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2009.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**. São Paulo: Editora Scipione, 1994.

_____, Ciro. **Televisão**: a vida pelo vídeo. São Paulo: Editora Moderna, 1988.

MEMÓRIA GLOBO. **JN 50 anos de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Editora Globo Livros, 2019.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2006.

SCHMIDT, Paulo. **Guia Politicamente Incorreto dos Presidentes da República**. São Paulo: Editora Leya, 2016.

E-books

ARAÚJO, Gilvan Ferreira de. **Telejornalismo**: da história às técnicas. Editora Intersaberes, 2014.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Editora Edições 70, 2011.

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

BRAIT, Beth. **A Personagem**. São Paulo: Editora Ática, 1985.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CURADO, Olga. **A Notícia na TV**: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo. São Paulo: Alegro, 2002.

DAMASIO, Antonio R. **E o cérebro criou o homem**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2011.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1997.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Orgs.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

HERZ, Daniel Koslowsky. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Editora Tchê!, 1989.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil no século XX**. Salvador: Editora da UFBA, 2002.

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

LLOSA, Mario Vargas. **A civilização do espetáculo**: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2013.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**: uma visão econômica, social e política. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2010.

MORAIS, Fernando. **Chatô: o Rei do Brasil**. São Paulo: Editora LêLivros, 1994.

PELLANDA, Eduardo Campos; BARBOSA, Suzana. **Jornalismo e Mídias Móveis no Contexto da Convergência**. Porto Alegre: Editora da PUCRS, 2014.

RIBAS, Lycio Velozzo. **O livro de ouro das Copas**. Barueri (SP): Editora Faro Editorial, 2018.

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

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Editora Paulus, 2003.

_____, Lúcia. **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Editora Hacker, 2001.

_____, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna**: intelectuais, arte e videocultura na Argentina. Rio de Janeiro, RJ: Editora da UFRJ, 1997.

SOUSA, José Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Porto (POR): Editora Letras Contemporâneas 2006.

SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

STANISLAVSKI, Constantin. **A criação de um papel**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

Artigos e Teses em meio eletrônico

AFFINI, Letícia Passos. **Da comunicação de massa à comunicação em rede: reflexões sobre a convergência entre televisão e internet**. Santos, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0248-1.pdf>> Acesso em: 10 de abril de 2020.

ARAUJO, Luciana. **Televisão x Internet: uma relação quase perfeita**. São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1532-1.pdf>> Acesso em: 10 de abril de 2020.

DEJAVITE, Fábila Angélica. **A notícia light e o jornalismo de infotimento**. Santos, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf>> Acesso em: 13 de abril de 2020.

_____, Fábila Angélica. **O infotimento nos impressos centenários brasileiros**. Florianópolis, 2008. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p37/10219>> Acesso em: 13 de abril de 2020.

_____, Fábila Angélica. **O jornalismo de infotimento nas páginas do jornal diário impresso de referência**. São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0968-1.pdf>> Acesso em: 13 de abril de 2020.

KNEIPP, Valquíria Passos. **Trajetória da formação do telejornalista brasileiro: as implicações do modelo americano**. São Paulo, 2008. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-27042009-121921/pt-br.php>> Acesso em: 10 de abril de 2020.

MACHADO, Arlindo. **O sujeito no ciberespaço**. Campo Grande, 2001. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/29708550691795394214029897104174778288.pdf>> Acesso em: 13 de abril de 2020.

MENDONÇA, Ana Patrícia Alves; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **A TV Segmentada no Brasil: modelo de análise e situação atual**. Sergipe, 1999. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/309126dcd3d10f541234fcbd425cf777.PDF>> Acesso em: 01 de maio de 2020.

MOREIRA, Hércules. **O Jornalismo de TV como Prestador de Serviços ao Telespectador Brasileiro.** Joinville, 2018. Disponível em: < <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1175-1.pdf>> Acesso em: 01 de maio de 2020.

PEREIRA, Ingrid Borges Duarte. **Jornal Nacional: a nova cara do Telejornalismo da Globo.** Brasília, 2015. Disponível em: < https://bdm.unb.br/bitstream/10483/12161/1/2015_IngridBorgesDuartePereira.pdf> Acesso em: 19 de abril de 2020.

TANAKA, Priscila Junko. **Atenção: reflexão sobre tipologias, desenvolvimento e seus estados patológicos sob o olhar psicopedagógico.** São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/cp/v16n13/v16n13a04.pdf>> Acesso em: 02 de maio de 2020.

Publicação periódica em meio eletrônico

ANDRELO, Roseane. **A televisão e a prática do zapping: interatividade com a audiência.** Revista Comunicação & Educação, São Paulo, n. 1, p. 26-31, jan./abr.2015. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37560>> Acesso: 11 de abril de 2020.

BIÃO, Armindo Jorge de Carvalho. **A Presença do Corpo em Cena nos Estudos da Performance e na Etnocenologia.** Revista Brasileira de Estudos da Presença, Porto Alegre, v.1, n.2, p.346-359, jul./dez. 2011. Disponível em: < <https://seer.ufrgs.br/presenca/article/viewFile/22804/14333> >. Acesso em 01 de maio de 2020.

MIRANDA, Mozarth Dias de Almeida. MOURA, Sérgio Arruda de Moura. **O novo comportamento do telespectador em uma televisão em constante mudança: impactos, conexões sociais e consumo midiático.** Revista Mediação, Belo Horizonte, v.18, n.23, p.41-49, jul./dez. 2016. Disponível em: < <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/4146>> Acesso em 15 de abril de 2020.

SANTAELLA, Lucia. **Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano.** Revista FAMECOS. Porto Alegre, n. 22, p. 23-35, dez.2003. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3229/2493>> Acesso em 01 de maio de 2020.

SANTOS, Eduardo Eugênio Silvestre. **A Guerra Esquecida.** Revista Militar, n. 2599/2600, p. 623-646, 2018. Disponível em: < <https://www.revistamilitar.pt/artigo/1339> > Acesso em: 01 de maio de 2020.

SCHECHNER, Richard. **O que é Performance.** O Percevejo, Rio de Janeiro, UNIRIO, n. 12, p. 25-50, 2006. Disponível em: <

https://ppgipc.cienciassociais.ufg.br/up/378/o/O_QUE_EH_PERF_SCHECHNER.pdf
>. Acesso em 13 de maio de 2020.

SIBILIA, Paula. **Autenticidade e performance**: a construção de si como personagem visível. Revista Fronteiras - estudos midiáticos, Unisinos, set./dez. 2015. Disponível em:

<<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2015.173.09/4984>>. Acesso em: 13 de maio de 2020.

Sites

AGÊNCIA BRASIL. **Primeira fase de implantação do sinal de TV digital termina em janeiro**. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-12/primeira-fase-de-implantacao-do-sinal-detv-digital-termina-em-janeiro>> Acesso em: 12 de maio de 2020.

GAZETA DO POVO. **Última sessão**: o fim do videocassete. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/caderno-g/cinema/a-ultima-sessao-de-vhs-o-fim-do-videocassete-enterra-uma-era-de-ouro-da-cultura-moderna-3nn43ri8djwcdru497pj04j/>> Acesso: 01 de maio de 2020.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Cantor Leandro morre em São Paulo aos 36 anos**. Disponível em < <https://www1.folha.uol.com.br/fol/cult/ult230698018.htm>>: Acesso em: 01 de maio de 2020.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Morre aos 34 anos, Ayrton Senna, tricampeão mundial de Fórmula 1**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/5/02/caderno_especial/1.html>. Acesso em: 01 de maio de 2020.

MEMÓRIA GLOBO. **Depoimento em vídeo de José Bonifácio de Oliveira (Boni)**. Memória Globo - Diretas Já. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja/> > Acesso em: 01 de maio de 2020.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Hoje**. Disponível em: < <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-hoje/> >. Acesso em 01 de maio de 2020.

Trabalhos de Conclusão de Curso em meio eletrônico

ALBA, Tainara. **Performance telejornalística**: um estudo sobre as experiências de Glória Maria no globo repórter. 2018. 319 f. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Jornalismo) – Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/5456>> Acesso em: 13 de abril de 2020.

ALVES, Gabriela Bento. **O jornalismo interpretativo na Globo News Internacional: a informação além do *hard news***. 2019. 240 f. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Jornalismo) – Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/5458/TCC%20Gabriela%20Bento%20Alves.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 12 de junho de 2020.

Vídeos online

GLOBOPLAY. **Jornal Nacional, Íntegra 06/03/2020**. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/8380363/programa/?s=28m02s>> Acesso em: 01 de junho de 2020.

YOUTUBE. **Jornal Nacional – 29/04/1986**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=kvITZInPpAM>> Acesso em: 22 de julho de 2020.

YOUTUBE. **Jornal Nacional - 06/04/1996**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vmujMoD8rE4>> Acesso em: 22 de julho de 2020.

YOUTUBE. **Jornal Nacional – 21/04/2004**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=R_XXIMYQGyl> Acesso em: 22 de julho de 2020.

YOUTUBE. **Jornal Nacional – 27/04/2015** – Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XGHivPIQprQ>> Acesso em: 22 de julho de 2020.

YOUTUBE. **Jornal Nacional – 22/11/2015** – Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6wnWlw9Ucjg>> Acesso em: 22 de julho de 2020.