



A ciência no Jornal Nacional: Entre o fato e a ficção¹

Gildesio Bonfim de Oliveira²

Dr^a Rosana Horio Monteiro³

Universidade Federal de Goiás/ Faculdade de Artes Visuais–Mestrado em Cultura Visual (respectivamente, estudante e docente).

Resumo

O objetivo dessa pesquisa é estudar a presença de elementos ficcionais no Jornal Nacional (Rede Globo), a partir da cobertura de notícias relacionadas à ciência e à tecnologia. São investigadas 10 reportagens sobre o tema veiculadas no período de agosto a dezembro de 2006. O foco da análise é o discurso midiático, construído a partir da relação entre imagem e texto. Nesse sentido, buscamos entender as estratégias discursivas utilizadas na configuração do telejornal e o seu funcionamento, enquanto um dos principais gêneros televisuais. Sob esse olhar surgem questões como a encenação audiovisual no discurso da informação.

Palavras-chave: telejornal; ciência; discurso.

Introdução

Esse trabalho investiga a presença de elementos ficcionais no Jornal Nacional (Rede Globo), a partir da cobertura de notícias relacionadas à ciência e à tecnologia. São investigadas as reportagens sobre o tema veiculadas no período de agosto a dezembro de 2006. Para empreender a análise deste material, coletado a partir da gravação dos programas, selecionamos um “corpus”, constituído de 10 reportagens de divulgação científica. No período mencionado foram gravadas em 24 fitas VHS, 96 edições do Jornal Nacional. O “corpus” foi selecionado de acordo com os assuntos mais recorrentes no telejornal, como as notícias relacionadas à saúde e à astronomia, por exemplo.

Através dessa pesquisa pretendemos conhecer um pouco mais sobre a televisão e as circunstâncias e estratégias que caracterizam o discurso midiático da informação. Por outro lado, estamos também procurando entender e perceber as implicações,

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Comunicação Científica.

² Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo e Habilitação Rádio e TV, pela Universidade Federal de Goiás. É estudante do Mestrado em Cultura Visual da Faculdade de Artes Visuais da UFG e membro do NUPEC – Núcleo de Pesquisa em Cultura Visual.
E-mail: gilxbonfim@yahoo.com.br

³ Mestre e Doutora em Política Científica e Tecnológica pela Unicamp. É autora de *Descobertas múltiplas. A fotografia no Brasil (1824-1833)* (Mercado de Letras/Fapesp, 2001) e tradutora de *Issues in multicultural art education: A personal view, de Rachel Mason* (Por uma arte-educação multicultural. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2000). Suas áreas de interesse são imagem e ciência e teoria e história da fotografia. E-mail: rhorio@gmail.com



convergências e divergências entre o discurso midiático da divulgação científica e o discurso próprio da ciência.

Interessa-nos estudar os mecanismos e formas empregadas na construção do discurso do telejornal, sobretudo nas reportagens de divulgação científica. Como se dá a representação da ciência nesta mídia televisual, ou seja, como a mídia percebe e apresenta a ciência no dia-a-dia? Assim, o foco da análise é o discurso midiático, construído a partir da relação entre imagem e texto. Nesse sentido, tomamos como referencial teórico a análise do discurso, a partir da proposta de Charaudeau (2006), para quem, o sentido de discurso consiste, em proceder a uma correlação entre dois pólos.

No discurso da informação midiática, como veremos mais adiante, a correlação se dá entre duas instâncias: uma enquanto lugar de produção (mídia) e outra, enquanto lugar de recepção (espectador, público). Essas duas instâncias se colocam em situação de troca social e estabelecem vínculos, por meio de um contrato implícito, chamado por Charaudeau (2006, p.68) de “contrato de comunicação”. Esse contrato é um quadro de referência ao “qual se reportam os indivíduos de uma comunidade social quando iniciam uma comunicação” (Charaudeau, 2006,p.67). O quadro de referência é o lugar onde estão instauradas as convenções e as normas dos comportamentos linguageiros, sem as quais não seria possível a comunicação humana. O quadro de referência diz respeito ao jogo de regulação das práticas sociais, estabelecidas pelos indivíduos “que tentam viver em comunidade e pelos discursos de representação, produzidos para justificar essas mesmas práticas a fim de valorizá-las” (Idem). Segundo Charaudeau (2006), a finalidade do contrato de comunicação midiática se organiza em torno de duas visadas: a primeira é a busca de fazer saber, ou visada de informação propriamente dita e a segunda, visada de fazer sentir, que visa captar o espectador por meio de estratégias e dispositivos de sedução.

Para Charaudeau (2006), o discurso de informação midiática está estruturado em três tipos de critérios: de atualidade, de expectativa, de socialidade. Esses critérios são modos de organização do discurso midiático que se baseiam nas questões do como descrever (o descritivo), como contar (o narrativo), como explicar e/ ou persuadir (o argumentativo). Seguindo essas definições, Charaudeau (2006,p.151), evidencia:

O acontecimento não é jamais transmitido em seu estado bruto, pois, antes de ser transmitido, ele se torna objeto de racionalizações: pelos critérios de seleção dos fatos e dos atores, pela maneira de encerrá-los em categorias de entendimento, pelos modos de visibilidade escolhidos.



Para empreender esta análise, tendo em vista as idéias de Charaudeau (2006), buscamos identificar, sobretudo, as características da linguagem utilizada pelo telejornal, investigando a presença ou não de elementos de ficção em seu formato. A ficção engloba aqui os processos de produção e criação, que são estratégias de encenação visual, como por exemplo: reconstituições dos fatos, dramatizações, gráficos, cenários específicos, enquadramentos presentes nas reportagens.

Procuramos responder às problematizações aqui propostas ao longo de três capítulos, assim distribuídos: no primeiro - “Telejornal: encenação audiovisual da informação”, apresentamos nossa metodologia de análise, centrada, como já dissemos, em Charaudeau (2006), e discutimos as características do gênero telejornal; no segundo, “Ciência e mídia”, nos detemos às representações televisuais da ciência, na relação entre ciência e mídia e em como se dá a percepção da ciência no cotidiano. No capítulo três apresentamos os resultados das análises e as conclusões.

Este trabalho que apresentamos no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, especificamente no Núcleo de Pesquisas Comunicação Científica, é um resumo do primeiro capítulo de nossa dissertação.

1. Telejornal: encenação audiovisual da informação

Neste capítulo, primeiramente, traçamos algumas concepções em torno da mídia televisual, no sentido de identificar as dicotomias, ambigüidades e antagonismos que envolvem um dos meios mais hegemônicos de nosso tempo - a televisão. Este veículo é entendido aqui como recurso tecnológico de difusão de imagem, por meio do qual se produz sentido. Entre o reconhecimento das possibilidades intertextuais e a crítica severa trazemos algumas idéias de teóricos como Machado (2005), Kellner (2001), Barbero e Rey (2001), Bourdieu (1997), Charaudeau (2006), Storey (2002), Shohat e Stam (2006) sobre a televisão e apresentamos as características dominantes do telejornal enquanto gênero televisivo, aproximando-o do cinema direto. Para finalizar o capítulo, apresentamos, a partir de Charaudeau, nosso entendimento acerca do discurso e encenação audiovisuais da informação.

1.1. Televisão e produção de sentidos

As mediações, feitas por meio das imagens e das tecnologias vêm transformando as formas de ver e de olhar. Em *Filosofia da caixa preta*, Vilém Flusser (2002, p.9) escreve: “imagens são mediações entre homem e mundo [...] Imagens têm o propósito de representar o mundo”. A esse respeito, Pesavento (2003, p.39) sintetiza: “As



representações construídas sobre o mundo não só se colocam no lugar deste mundo, como fazem com que os homens percebam a realidade e pautem a sua existência”.

É através das imagens que o olhar se realiza e transforma o mundo externo em algo interno, vivido; ausência em presença; sombra em evidência e o espírito se materializa: “As imagens permitem, pois, este duplo movimento: sair de si e trazer o mundo para dentro de si” (Novaes, 2005, p.12). A construção imaginária do mundo põe em relação duas características essenciais da cultura pós-moderna: tecnicidade e visualidade. Elas se imbricam, embaralham-se com o objetivo de encurtar as distâncias entre o imaginário e o real; entre realidade e ficção; entre o natural e o artificial.

No centro dessas dicotomias estão as mídias e, sobretudo, a televisão. Esse aparelho de produção de imagens técnicas, que Collins (1989 apud Storey, 2002, p.263) classificou como “o auge da cultura pós-moderna”, revolucionou as formas de percepção, de ver, de olhar, e colocou a imagística com um sentido muito mais forte em nossa vida cotidiana. Por sua vez, Kellner (2001, p.108-109) pontua que a televisão “pode ser interpretada como a máquina de imagens mais prolífica da história, gerando entre quinze a trinta imagens por minuto e, assim, milhões de imagens por dia”.

Eficientes em apresentar a evidência da realidade, a representação imaginada do real e marco das hibridações de nosso tempo, as imagens televisuais fazem parte de um arsenal de artefatos e objetos, por meio dos quais os indivíduos se orientam, produzem sentidos e significados para as suas práticas e sua cultura. Cabe-nos perguntar: “O que querem as imagens, qual o segredo de sua vitalidade?” (Mitchel, 2003, p.35). Não obteremos um código para decifrá-las ou uma senha secreta e misteriosa para desvelá-las. A imagem é o próprio mistério. As imagens são objetos visuais dotados de uma complexidade de significados, que não são dados de antemão. Eles se constroem na relação delas com os sujeitos: “Isso significa aceitar que os objetos não têm vida, mas sim adquirem sentido pela experiência de quem os olha e os possui...” (Hernández, 2000, p.128).

1.1.2 Modos de ver e pensar a TV

O estatuto de eficiência do discurso audiovisual fez com que a televisão colecionasse críticas severas, principalmente no que diz respeito a seu conteúdo. Nesse aspecto, esse meio de comunicação é tido como principal artífice da indústria cultural⁴, termo que surgiu a partir da Teoria Crítica. A maioria dos estudos apoiados na Teoria

⁴Para saber mais sobre indústria cultural e teoria crítica, ver: Freitag (1986), Matos (1996) e Rüdiger (1999).



Crítica investiga tão somente as influências consideradas “maléficas” para os espectadores, as distorções da realidade, manipulações de poder, presentes na televisão.

Esse tipo de crítica pode impedir a visibilidade de experiências criativas e culturais realizadas pela televisão e coloca todos os seus enunciados na vala comum das formas perversas de produção televisiva. Como afirmam Barbero e Rey (2001, p.25), nesse tipo de visão sobre a televisão ela é encarada “a partir de um discurso maniqueísta, incapaz de superar uma crítica intelectualmente rentável [...] justamente porque a única coisa que propõe é desligar o televisor.”

Com uma espécie de cegueira, guiada por um direcionamento único, é impossível perceber que a televisão possui sentido ambíguo e contraditório. A televisão pode ao mesmo tempo aprisionar ou soltar, censurar ou democratizar, oprimir ou libertar: “Aos poucos a televisão sai do purgatório ou do gueto especializado dos sociólogos, tecnólogos e estrategistas de marketing, e passa a ser encarada como indiscutível fato da cultura de nosso tempo” (Machado, 2005, p.21).

É preciso uma crítica capaz de distinguir as formas perversas das construtivas, a informação independente e autônoma, da informação submissa. Desta maneira, compreendemos a televisão como um espaço de contradições, de conflitos, de ambigüidades onde as dicotomias como o belo e o feio, o popular e o erudito, podem se encontrar. Estas dicotomias, tão presentes na pós-modernidade, aparecem na televisão, por um lado, “com sua suposta redução das complexidades do mundo em um fluxo de imagens banais e desprovidas de profundidade”, (Storey, 2002, p.263), mas também, por outro, como espaço de “práticas visuais e verbais que podem propor, por exemplo, um jogo consciente de intertextualidade e de ecletismo radical” (Storey, 2002, p.263-264)⁵. Ainda como afirmam Barbero e Rey (2001, p.111), “a televisão constitui um âmbito decisivo do reconhecimento sociocultural, do desfazer-se e do refazer-se das identidades coletivas e dos povos”.

Não se trata de fechar os olhos aos apelos comerciais e à mercantilização da cultura promovidos pela televisão. Afinal de contas, com exceção de redes públicas e considerando que os canais são uma concessão do Estado, as emissoras de radiodifusão pertencem a empresas privadas, que visam lucro: “apesar da sofisticação semiótica de seu jogo intertextual e ecletismo radical, a televisão está condenada a ser algo

⁵Tradução nossa.



desesperadamente comercial” (Storey,2002, p.264). Contudo, a televisão não é exclusivamente e a todo instante destrutiva. Faz-se necessário ir além do simples olhar sobre as aparências, de apreender e compreender as mediações que se dão entre as lógicas de produção e as lógicas de recepção, entre as matrizes culturais e os formatos industriais.

1.1.3. Televisão e matrizes culturais

A observação sistemática em direção às inúmeras possibilidades apresentadas pela televisão permite-nos identificar algumas experiências criativas e inventivas de sua programação. São essas experiências que nos levam a crer que a televisão é também o espaço de expressões do cotidiano e de práticas culturais. Em *A televisão levada a sério*, por exemplo, Arlindo Machado (2005) relaciona dezenas de programas mais importantes da história da televisão em todo o mundo, entre os quais destacam-se alguns brasileiros como a recente adaptação produzida pela Rede Globo (1998) da peça de Ariano Suassuna, *O auto da compadecida*.

A minissérie *O auto da compadecida* foi exibida em quatro capítulos pela Rede Globo de Televisão. A produção feita em película, originalmente para a TV, foi posteriormente levada ao cinema. O texto leve e divertido de Suassuna foi adaptado à televisão com riqueza de detalhes e fidelidade assombrosa. As personagens Chicó e João Grilo, uma dupla de nordestinos, que sobrevive à custa do “jeitinho” e da “malandragem” ganham vida na tela. Um pobre e mentiroso; o outro, covarde e medroso, lutam pelo pão de cada dia, enganando a todos na pequena cidade de Taperoá, no interior da Paraíba. O cenário escolhido para as filmagens foi uma daquelas pequenas cidades do sertão do nordeste brasileiro (Cabeceiras - PB), onde o relógio parece não andar, a tecnologia ainda não chegou e a fofoca é o principal meio de comunicação.

A minissérie *O auto da compadecida* foi exibida em quatro capítulos pela Rede Globo de Televisão. A produção feita em película, originalmente para a TV, posteriormente, foi levada ao cinema. O texto leve e divertido de Suassuna foi adaptado à televisão com riqueza de detalhes e fidelidade assombrosa. As inesquecíveis personagens Chicó e João Grilo, uma dupla de nordestinos, que sobrevive à custa do “jeitinho” e da “malandragem” ganham vida na tela. Os dois: um pobre e mentiroso; o outro, covarde e medroso, lutam pelo pão de cada dia, enganando a todos na pequena cidade de Taperoá, no interior da Paraíba. O cenário escolhido para as filmagens foi uma daquelas pequenas cidades do sertão do nordeste brasileiro (Cabeceiras - PB),



onde o relógio parece não andar, onde a tecnologia ainda não chegou e a fofoca é o principal meio de comunicação.

O *auto da compadecida*, com sua exortação à oralidade, ao prosaico, à simplicidade da vida cotidiana pode ser caracterizado como uma forma de abordagem na televisão de uma estética da resistência, em que uma nova forma de percepção deslocaliza os saberes, rompe as fronteiras e descentraliza o olhar, que passa a enxergar também a periferia⁶.

1.1.4. A posição do espectador em relação à TV

Questão fundamental para se entender os processos audiovisuais de produção de sentidos é pensar a posição do espectador e sua relação com os meios na tentativa de promover um modelo capaz de romper o regime outrora unidirecional e abrir uma nova perspectiva dialógica, centrada agora num tripé: meio – obra – espectador.

Ao negociar as questões do espectador o desafio que se coloca diante do intenso fluxo audiovisual da informação, em que predominam as novas tecnologias, é a autonomia dos sujeitos e sua identidade. O que está em jogo neste campo de forças é a identidade cultural do indivíduo. Essa relação dialógica abre uma nova perspectiva, uma mirada cultural, que desestrutura as hegemonias e rompe com o determinismo e com a tradição linear do modelo cartesiano. Esse rompimento é a característica essencial da pós-modernidade, que tem a capacidade de desarticular, desestruturar, surpreender e instigar os modelos clássicos e seus cânones: “Assim, a televisão como o sujeito pós-moderno, deve conceber-se como um lugar, uma intersecção de mensagens culturais múltiplas e em conflito” (Collins, apud Storey, 2002, p.264)⁷. É neste espaço, uma espécie de mosaico, que a cultura popular se infiltra e desequilibra as estruturas das grandes narrativas.

Na televisão, a articulação entre si de três espaços que a compõem, constituem lugares particulares de construção do sentido. Seguindo raciocínio de Charadeau (2006), esses espaços são: O espaço externo, aquele dos acontecimentos do espaço público; um espaço interno onde se desenrola a cena midiática de representação dessa realidade e um espaço duplo interno-externo, que seria o lugar das trocas simbólicas entre a TV e o telespectador.

1.2. O telejornal como gênero televisual

⁶Discussão semelhante, só que com relação ao cinema, sobretudo, é desenvolvida por Shohat e Stam (2006)

⁷Tradução nossa.



É a partir das relações entre o dualismo ficção e realidade que se situam os gêneros do discurso televisual. Os gêneros televisivos são tipologias, classificações, formas e modos de organização da imagem e da palavra. Os gêneros são a maneira como essas classificações são estruturadas e apresentadas na grade de programação televisiva com o objetivo de produzir sentidos e significados, conforme assinala Machado (2005, p.67):

Gênero é uma força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem, um certo modo de organizar idéias, meios e recursos expressivos, suficientemente estratificado numa cultura, de modo a garantir a comunicabilidade dos produtos e a continuidade dessa forma junto às comunidades futuras.

Assim, quando falamos em telenovela, estamos falando em gênero de ficção televisiva; quando falamos em telejornal, falamos em gênero de informação televisual. Essas duas categorias são as principais modalidades de gêneros televisivos, embora não sejam as únicas.

O telejornal pode ser tratado como gênero derivado do diálogo televisual, concebido a partir da entrevista, uma atividade que envolve dois sujeitos em situação de comunicação, na qual um tem por finalidade obter determinadas informações e o outro o direito de fornecê-las ou não. O diálogo fundamenta a entrevista, que constitui os gêneros informativos, dentre eles a reportagem, cuja finalidade é explicar um determinado evento da vida social por meio de um relato, de uma narrativa.

1.2.1 A estrutura do telejornal

O telejornal é uma das formas de relato do cotidiano social na televisão. Relatar é contar, narrar, expor, reportar, explicar e comentar os acontecimentos do mundo. Isso implica em reconhecer que “relatar e comentar acontecimentos é uma atividade impregnada de subjetividade” (Charaudeau, 2006, p.241). O relato de fatos do cotidiano é prerrogativa do telejornal, o que ocorre por meio de representações, com o uso de uma linguagem própria, que incorpora texto, imagens em movimento, entonação de voz e outros recursos audiovisuais (trilha sonora e gráficos, por exemplo): “o telejornal é, antes de mais nada, o lugar onde se dão atos de enunciação a respeito dos eventos” (Machado, 2005, p.104).

Impregnado de melodrama⁸, o telejornal, dá suporte a várias vozes como expressões de narrativas cotidianas, que produzem efeitos de verdade, ou um emaranhado de versões da verdade: ‘Sujeitos falantes diversos se sucedem, se revezam,

⁸A respeito de melodrama ver, Xavier (2004).

se contrapõem uns aos outros, praticando atos de fala que se colocam nitidamente como o seu discurso com relação aos fatos relatados” (Machado, 2005, p 104).

Estranho paradoxo: a relação intrínseca com o dramático pretende tornar visível o oculto; transformar mentira em verdade. O pressuposto do telejornal é de que quem chora não mente. Esse tom melodramático põe o telejornal em relação com o cinema, de onde os noticiários televisivos extraíram modelos de movimentos de câmera, de enquadramentos, de planos de filmagem.

1.2.2 O telejornal e o cinema direto

O telejornal surge nos Estados Unidos na década de 50, poucos anos depois do desenvolvimento da própria televisão. Primeiramente, o cinema de longa-metragem de ficção foi a grande referência e contribuiu, sobremaneira, para a linguagem do telejornal, que tem sua essência, contudo, associada ao cinema-documentário, mais especificamente, com o cinema direto, cujo início está associado à produtora *Drew Associates*, formada em torno do repórter fotográfico Robert Drew e do cinegrafista Richard Leacock (1954, Estados Unidos)⁹.

No cinema direto, a câmera colocada como uma mosca na parede, apenas observa a cena e é como se captasse a vida como ela é, sem interferência do cineasta. Assim como no telejornalismo, o objetivo do cinema direto é trazer o máximo de realidade à tona. Segundo Nichols (2005, p.48),

Nos filmes de puro cinema direto, o estilo busca tornar-se “transparente”, como o estilo clássico de Hollywood - captando as pessoas em ação e deixando que o espectador tire conclusões sobre elas sem a ajuda de nenhum comentário, implícito ou explícito.

1.3. Linguagem e discurso

Discurso é uma estratégia da linguagem por meio da qual os indivíduos se põem em situação de troca social, cujo sentido é efetuado pela atividade languageira do homem, a partir de uma relação recíproca entre sentido e forma. Nesse sentido, “a linguagem não se refere somente aos sistemas de signos internos a uma língua, mas a sistemas de valores que comandam o uso desses signos em circunstâncias de comunicação particulares” (Charaudeau, 2006, p.33).

⁹ Segundo Da-Rin (2004, p.136-137), Drew e Leacock não consideravam seus trabalhos documentários, mas cine-reportagens ou jornalismo filmado.



Discurso são formas de construção de uma determinada língua em que os sujeitos se colocam em relação, se fazem entender, se fazem perceber e estabelecem vínculos, comunicação: “Assim, pode-se dizer que a informação implica processo de produção de discurso em situação de comunicação”(Charaudeau,2006,p.34). Ainda, de acordo com Charaudeau (2006,p.40), “o discurso não é a língua, embora seja com ela que se fabrique discurso e que este, num efeito de retorno, a modifique”. Sob esse viés, a língua está relacionada ao ponto de vista das formas gramaticais, da sintaxe e da semântica, enquanto que o discurso adquire um sentido que ultrapassa as fundamentações puramente lingüísticas da manifestação verbal. Conforme escreve Charaudeau (2006, p.40),

O discurso está sempre voltado para outra coisa além das regras de uso da língua. Resulta da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve (a identidade daquele que fala e daquele a quem este se dirige, a relação de intencionalidade que os liga e as condições físicas da troca) com a maneira pela qual se fala.

Assim, percebe-se que para Charaudeau o sentido do discurso é efetuado pela atividade linguageira do homem, em situação de troca social, e a partir de uma relação recíproca entre sentido e forma, ou seja, nos signos-formas que as linguagens permitem construir e realizar durante o processo de reconhecimento, catalogação e organização do mundo.

A partir deste conceito o que se estabelece é uma análise do discurso como instrumento que sirva de base para desencadear um processo de interpretação capaz de descobrir o não-dito, o oculto, as significações possíveis que se encontram por trás do jogo de aparências. Nesse sentido, as imagens, texto, sons da informação midiática são tomadas aqui como discurso, numa busca às respostas das questões formuladas por Mitchel (2003, p.35), “o que querem as imagens, qual o segredo de sua vitalidade?”

O quadro de referência que permite o reconhecimento recíproco das restrições da situação de comunicação pelos parceiros da troca linguageira está ligado às convenções dos comportamentos linguageiros, sem as quais não haveria a comunicação humana. Trata-se de uma espécie de acordo prévio sobre os dados desse quadro de referência, chamado por Charaudeau (2006, p.68) de “contrato de comunicação”.

O contrato de comunicação possibilita os parceiros da troca linguageira organizar o aparente caos do mundo, ou estabelecer co-relações entre o imaginário e a realidade; é o que permite a decodificação de dados e informações e faz com que a aparência se transforme em realidade. Desse contrato resulta a situação de comunicação, que seria a capacidade dos parceiros reconhecerem as restrições às quais estão submetidos durante o

ato de comunicação: “restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras, bem como inferências em relação à identidade dos parceiros da troca” (Maia, 2005, p.27).

1.3.1. O discurso da informação midiática

A informação, entendida aqui como a transmissão de um saber, por alguém que o possui a alguém que se presume não possuí-lo, depende basicamente da linguagem: “A informação é essencialmente uma questão de linguagem e a linguagem não é transparente ao mundo, ela apresenta sua própria opacidade através da qual se constrói uma visão, um sentido particular do mundo” (Charaudeau, 2006, p.19). Desta maneira, a informação “constrói saber e, como todo saber, depende ao mesmo tempo do campo de conhecimentos que o circunscreve, da situação de enunciação na qual se insere e do dispositivo no qual é posta em funcionamento.” (Charaudeau, 2006, p.36). Suscetível de ser realizada por todos, a informação parece transformar-se no domínio reservado de um setor em particular - as mídias - cuja vocação essencial seria informar o cidadão.

É a partir da relação entre essas duas instâncias, uma enquanto lugar de produção do discurso (instância midiática) e outra de recepção e interpretação (público, espectador, no caso da televisão) que o sentido do discurso de informação midiática se realiza, por meio de um duplo processo: “processo de transformação e processo de transação” (Charaudeau, 2006, p.114).

Os eventos ou acontecimentos do cotidiano transformados em relatos informativos ganham um outro significado: “No ritual de passagem do fato à notícia engendra-se uma nova realidade que, correspondendo a novas representações, serve para enfeitiçar a sua realidade original” (Silva, 1998, p.14). Todo acontecimento que vira fato noticioso se insere numa narrativa midiática, construída através de escolhas efetuadas, a partir de uma série de roteiros possíveis. A escolha dos acontecimentos a serem noticiados passa por um filtro que segue os critérios de atualidade, de expectativa e sociabilidade. A atualidade se refere à factualidade, ao aqui-agora, ao imprevisto: “é o que dá à notícia seu caráter factual desprovido de qualquer qualificação subjetiva e de qualquer tentativa de explicação de sua razão de ser” (Charaudeau, 2006, p.133).

1.3.2. A ficção no discurso da informação televisiva

A construção do espaço social proposto pelas mídias, sobretudo pela televisão, implica na utilização de uma série de estratégias discursivas e num conjunto de dispositivos enunciativos por meio dos quais o discurso da informação midiática se estrutura.



Os dispositivos podem ser entendidos como recursos, como elementos, ou técnicas que dão suporte físico à mensagem e se realizam por meio de certa tecnologia: “O dispositivo é um componente do contrato de comunicação sem o qual não há interpretação possível das mensagens, da mesma forma que uma peça de teatro não faria muito sentido sem o seu dispositivo cênico” (Charaudeau, 2006, p.104). O dispositivo enunciativo midiático é um conjunto empregado na enunciação discursiva, caracterizado por uma configuração linguageira que se baseia em dois regimes semióticos: o da imagem e o do som (palavra, ruído, trilha sonora, música). Esses dispositivos são utilizados na tentativa de atender aos objetivos da informação, pela busca de efeitos de credibilidade e de captação, o que se realiza por meio da emoção e da sedução geradas pelo discurso.

A partir das idéias de Charaudeau, entendemos a ficção como um dispositivo da informação televisiva, que a coloca num universo construído, fabricado, produzido. Essa estratégia, que corresponde à encenação visual da informação, se interpõe ao discurso midiático e o deixa em uma situação de tensão entre as dualidades que o legitimam: a credibilidade (informação) e a sedução (captação). O discurso da informação televisiva também se fundamenta por restrições de ordem situacional e discursiva: “elas influenciam diretamente o processo de configuração do discurso em questão, determinando quais os acontecimentos serão tratados e como serão tratados” (Maia, 2005, p.31).

Paradoxalmente, os elementos da ficção televisiva visam produzir um efeito de verdade e aproximam o imaginário à realidade empírica dos objetos. Esses dispositivos atendem às finalidades do contrato midiático da informação que busca “gozar de maior credibilidade possível com o maior número possível de receptores” (Charaudeau, 2006, p.86). A televisão, ao contrário do cinema (longa-metragem de ficção, principalmente), que escancara e deixa claro o enunciado ficcional, é o espaço no qual ficção e realidade se alternam, se conjugam e se imbricam permanentemente: “A imagem televisionada tem uma origem enunciativa múltipla com finalidades de construção de um discurso ao mesmo tempo referencial e ficcional” (Charaudeau, 2006, p.110). Complementa Charaudeau (2006, p.223): “Diferentemente do cinema, a televisão está obrigada, por contrato, a dar conta de uma determinada realidade. Assim sendo, ela não pode se apresentar como máquina de fabricar ficção, mesmo que, afinal, seja isso que ela produza”.



1.3.3. A reportagem como relato no telejornal

Inserida na estrutura do telejornal, a reportagem constitui-se num tipo de relato que se fundamenta em narrativas do fato. Maia (2005) classifica a reportagem como micro-gênero do telejornal. A reportagem televisiva diz o que aconteceu e isso significa reconstituir o acontecimento por meio dos procedimentos de designação, analogia e visualização. Esses procedimentos estão ligados aos dispositivos da ficção televisiva: “Para representar os acontecimentos do mundo, a televisão executa uma série de operações que permitem aproximar a encenação realizada ao universo da representação” (Maia, 2005, p.42). Isso é feito com base nas características do cinema narrativo de ficção e, sobretudo, do cinema documental, que influenciaram o modo de organização dos relatos informativos herdados pela televisão, como já pontuamos anteriormente.

A reportagem é o lugar externo ao estúdio da televisão, onde o fato aparece mais explicitamente. Uma voz *off* (do repórter, quando ele não aparece visualizado na tela), conduz a narrativa, marcada pela presença de outras vozes: testemunhas, atores ou especialistas em determinado evento ou fato. No caso das reportagens de ciência, pesquisadores e cientistas aparecem como protagonistas dos eventos e conferem autenticidade à fala do repórter e ao fato.

1.4. Jornal Nacional: representações da vida na tela da TV

Objeto desse estudo, o *Jornal Nacional*¹⁰ foi escolhido por sintetizar o modelo predominante na transmissão de informações pela televisão, com grande poder de captação de público. A escolha também se deve à sua representatividade em termos de audiência e abrangência. Com audiência média diária em torno de 50%, segundo o Ibope, um dos principais institutos de pesquisa do País, o *JN* cobre praticamente todo território brasileiro.

Caracterizado como gênero informativo, o *JN* alia qualidade técnica e recursos visuais ao modo de apresentação dos fatos do cotidiano e tornou-se ao longo de sua história referência para outros telejornais, principalmente no que se refere às formas de configuração e ao formato. Além disso, o *JN* “consagrou um estilo de apresentação visual requintado e frio, pretensamente objetivo, em que o apresentador mostra-se formal e distante e os efeitos especiais têm importância decisiva, como nunca até então no telejornalismo brasileiro.” (Silva, 1985, p.38).

¹⁰Aqui, identificado também com a abreviatura J N.



Levado ao ar pela primeira vez em 1º de setembro de 1969, o *Jornal Nacional* foi lançado pela Rede Globo de Televisão para ser o programa de prestígio da emissora e há mais de 20 anos ocupa a liderança em audiência no chamado horário nobre da programação televisiva¹¹.

O *JN* incorporou uma linguagem própria e passou a ser a essência do chamado padrão Globo de qualidade. Um padrão em que os recursos tecnológicos são aliados à narrativa, em muitos casos, fantástica e insólita do texto, para produzir um discurso midiático capaz de atingir, influenciar e emocionar a instância de recepção.

O contato entre o estúdio e o telespectador se realiza desde a abertura do telejornal, por saudações, no caso do *JN*, de dois apresentadores, localizados numa bancada, em posição frontal e anunciam a escalada, uma espécie de sumário dos acontecimentos, ou o cardápio do dia. Os apresentadores constroem uma imagem de enunciadores personalizados, que se expressam como se estivessem falando diretamente a cada um dos telespectadores, com certa carga emotiva em relação aos acontecimentos dramáticos do mundo, e com o auxílio de movimentos do rosto, de trocas de planos e câmeras, de certos tons de voz, da escolha de determinadas palavras, o que caracteriza um discurso informativo personalizado e, por outro lado, sugere uma diégese¹² marcada pelo melodrama.

Referências bibliográficas

BARBERO, Martín e REY, Germán. **Os exercícios do ver:** hegemonia audiovisual e ficção televisiva. Tradução Jacob Gorender. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão.** Tradução, Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1997.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** Tradução Ângela S.M.Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

DA-RIN, Silvio. **Espelho Partido:** Tradição e transformação do documentário. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2004.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta:** ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Editora Relume Dumará, 2002.

HERNÁNDEZ, Fernando. **Cultura visual, mudança educativa e projeto de trabalho.** Tradução Jussara Haubert Rodrigues. Porto Alegre: Artmed, 2000.

¹¹ Para saber mais sobre a história do *JN* ver, Memória Globo (2004).

¹² Tudo que diz respeito ao mundo representado, uma capacidade narrativa por meio de representações (Xavier, 1984, p.20).



KELLNER, Douglas. Lendo imagens criticamente. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org). **Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação**. Tradução Tomaz Tadeu Silva. Petrópolis: Vozes, 2001.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005.

----- **Pré-cinemas e pós-cinemas**. Campinas, SP: Papirus, 1997.

MAIA, Jader Gontijo. **Estudo sobre gêneros informativos televisuais** - Modos de agenciamento do capital visual em reportagens do telejornalismo brasileiro. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos). Faculdade de Letras - UFMG, Belo Horizonte, 2005.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2004.

MASSARINI, Luisa; TURNEY, Jon; MOREIRA, Ildeu de Castro (Orgs). **Terra incógnita: A interface entre ciência e público**. Rio de Janeiro: Vieira e Lent> UFRJ, Casa da Ciência, 2005.

MITCHEL, W.J.T. **Mostrando el ver: Una crítica de la cultura visual**. In: Estudios Visuales 1. Murcia: Centro de Documentación y Estudios Avanzados de Arte Contemporáneo, Noviembre, 2003, p.17-40.

NICHOLS, Bill. A voz do documentário. In: RAMOS, Fernão Pessoa (Org). **Teoria contemporânea do cinema**, Volume II: Documentário e narrativa ficcional. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005.

NOVAES, Adauto. A imagem e o espetáculo. In: NOVAES, Adauto (Org). **Muito além do espetáculo**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

PESAVENTO, Sandra J. Mudanças epistemológicas: a entrada em cena de um novo olhar. In: História e História Cultural. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

SHOHAT, E. e STAM, R. A estética da resistência. In: **Crítica da imagem eurocêntrica**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Muito além do jardim botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores**. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, Marconi Oliveira da. O mundo dos fatos e a estrutura da linguagem. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.

SIQUEIRA, Denise da costa Oliveira. A ciência na televisão: mito, ritual e espetáculo. São Paulo: Annablume, 1999.

STOREY, John. La posmodernidad. Em: **Teoria Cultural y Cultura Popular**. Barcelona: Octaedro, 2002.

XAVIER, Ismail. **O olhar e a cena** – Melodrama, Hollywood, cinema novo, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

----- **O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.