



## **Os discursos do medo e da dor: a palavra e o processo de identificação<sup>1</sup>**

Gilze BARA<sup>2</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG  
Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### **Resumo**

O discurso jornalístico contribui para o processo de identificação do público com o veículo de comunicação. Na televisão, o apresentador do telejornal desempenha papel essencial neste sentido. É também pelas enunciações do âncora que se dá a identificação dos telespectadores. Este artigo pretende estudar o uso dos discursos do medo e da dor no telejornalismo, tendo como estudo de caso duas edições do Jornal da Alterosa Edição Regional (TV Alterosa/afiliada do SBT com sede em Juiz de Fora/MG), exibidas nos dias 20 e 21 de janeiro de 2010. Para isso, o artigo parte de pressupostos gerais sobre discurso, enunciação, processos de identificação e mídia e específicos sobre telejornalismo, apresentadores e identidades.

### **Palavras-chave**

Telejornalismo; discurso; enunciação; identidades; identificação.

### **1 Introdução**

O jornalismo contribui para a construção social da realidade, uma vez que define esta realidade e dá forma aos acontecimentos. E o faz por meio de seus discursos polifônicos, formados com o que lhe ofertam outros códigos, outras vozes. Este é um dos caminhos pelos quais efetiva-se o processo de identificação do público com a mídia. No telejornalismo, parte deste papel é desempenhada pelo âncora, aquele que dá cara ao telejornal e fala diretamente ao telespectador, olhos nos olhos. Este artigo avalia o uso dos discursos do medo e da dor no telejornalismo, a partir do estudo de duas edições do Jornal da Alterosa Edição Regional (TV Alterosa/afiliada do SBT com sede em Juiz de Fora/MG), exibidas nos dias 20 e 21 de janeiro de 2010, período posterior ao terremoto no Haiti e marcado por várias intempéries. O estudo é feito tendo como objeto principal os discursos da apresentadora (e editora) do telejornal em foco.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora e Professora do curso de Comunicação Social do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora; e-mail: [gilze.bara@pjf.mg.gov.br](mailto:gilze.bara@pjf.mg.gov.br)



## **2 Discurso, enunciação e jornalismo**

O discurso jornalístico é construído com o que lhe ofertam outros códigos, outras vozes, sendo, assim, um discurso polifônico. E, segundo Vizeu (2004), por possuir uma dimensão simbólica, o jornalismo não é um espelho da realidade, não é um mero reproduzidor do real, mas uma atividade que contribui diariamente para a construção social da realidade. Para o autor, a notícia ajuda a construir a realidade a partir do momento em que define e dá forma aos acontecimentos. Ela permanentemente define e redefine, constitui e reconstitui fenômenos sociais. “É no trabalho de enunciação que os jornalistas produzem discursos. E é no interior do processo discursivo [...] que a audiência é construída antecipadamente” (VIZEU, 2004, p. 142).

A língua é o aparelho formal da enunciação, o lugar privilegiado de manifestações enunciativas, sendo Bakhtin o precursor da teoria da enunciação. Bakhtin “concebe a língua como um produto sociohistórico, como forma de interação social realizada por meio de enunciações” (VIZEU, 2004, p. 143). A verdadeira substância da língua é constituída pelo fenômeno social da “interação verbal, realizada através da enunciação ou das enunciações” (VIZEU, 2004, p. 143). Portanto, a enunciação tem natureza social. E a palavra é o produto da interação do locutor e do ouvinte, servindo de expressão de um em relação ao outro.

Ainda segundo a concepção de Bakhtin, o dialogismo é o princípio constitutivo da linguagem e condição de sentido do discurso. “Os outros [...] não são ouvintes passivos, mas participantes ativos da comunicação verbal” (BAKHTIN apud VIZEU, 2004, p. 143). O outro permite ao locutor perceber seu próprio enunciado. O interlocutor, portanto, é o co-enunciador do texto e não um mero decodificador de mensagens, desempenhando um papel fundamental na constituição do significado – o “enunciado deve ser analisado levando-se em conta sua orientação para o *outro*” (VIZEU, 2004, p. 143). Foi também Bakhtin quem introduziu a noção de polifonia, as várias vozes que falam simultaneamente, sem a preponderância de uma delas.

Benveniste defende que a enunciação é caracterizada pela acentuação da relação discursiva com o parceiro. Segundo ele, “o único modo de fazer o discurso funcionar é pela intervenção do sujeito, que nele investe sua subjetividade” (VIZEU, 2004, p. 144). Para Benveniste, no discurso o indivíduo se apropria da língua com a intenção de influenciar o outro.

[...] num determinado momento, em determinado lugar, um indivíduo se *apropria* da língua, instaurando-se como *eu*, e, ao mesmo tempo, instaurando o outro como *tu*. É uma enunciação que pressupõe um locutor e um ouvinte e, no primeiro, a intenção de influenciar o outro de alguma maneira. (VIZEU, 2004, p. 144).

Qualquer enunciado tem marcas da pessoa que o enuncia e do tempo, mostrando o ato que o segue. “A enunciação constitui a âncora da relação entre a língua e o mundo: ela permite representar os fatos no enunciado, constituindo, ela própria, um fato, um acontecimento único definido no tempo e no espaço” (VIZEU, 2004, p. 146). E os jornalistas produzem notícias no trabalho de enunciação, na operação sobre vários discursos – são profissionais que “não são simples reprodutores do real”, mas “*senhores soberanos dos discursos*” (VIZEU, 2004, p. 146).

Para Fausto Neto, a enunciação “é uma espécie de tomada de posição” (VIZEU, 2004, p. 146), pois estrutura o valor do que foi dito – o sujeito enunciador não é um todo unificado. Apesar de estar presente no discurso por meio de suas marcas, o enunciador não tem controle de como dizer da melhor maneira. O jornalista, enquanto enunciador da informação, relaciona-se com o que ele próprio diz. Mas precisa ter a preocupação de como legitimar seu próprio discurso, de como o tornar aceitável. Cada notícia é uma espécie de formação substitutiva, a partir do momento em que é algo que se coloca no lugar do que realmente aconteceu. “No jornalismo, a linguagem não é apenas um campo de ação, mas a sua dimensão constitutiva. É a condição pela qual o sujeito constrói um real, um real midiaticizado” (VIZEU, 2004, p. 147).

Ao selecionar as informações que serão enunciadas, o jornalista julga sua relevância e seu interesse para o público. De acordo com Vizeu (2004), a “formação desse julgamento está relacionada implicitamente a uma visão do mundo interiorizada pelo próprio jornalista que a considera, também, universalmente partilhada pela audiência” (VIZEU, 2004, p. 149-150). Quando escolhe o que será noticiado, o jornalista, de certa maneira, transforma os fatos, “fazendo-os aceder, através da sua enunciação, ao público” (VIZEU, 2004, p. 150). Na enunciação jornalística, há o predomínio do valor referencial, que pressupõe a veracidade dos fatos e institui um “contrato” entre o jornalista e a audiência.



O jornalista pode recorrer aos processos metalingüísticos, de redundância e contextualização para se *fazer compreendido*. Mas não tem, ao seu alcance, a heterogeneidade de sentidos a que seu discurso dá origem, já que não pode identificar todos e cada um dos seus interlocutores, nem [...] controlar as hipóteses interpretativas a partir das quais cada um infere aquilo que pretende dizer. Ele transmite um conjunto de saberes, converte, em notícia, os fatos ocorridos no mundo, informa sua audiência daquilo que de *relevante* aconteceu, mas não [...] lhes comunica um sentido, não integra esses sentidos num mundo mutuamente partilhado. (VIZEU, 2004, p. 150).

Para Vizeu (2004), os textos jornalísticos podem ter diferentes formas de organização e de enunciação, dependendo da intenção comunicativa. Já a recepção é construída mediante um conjunto de regras e instruções impostas pelo campo da produção ao campo da audiência. Ou seja, a recepção é construída na própria enunciação; o outro é construído na “produção imaginária” dos organizadores e enunciadore do discurso – a audiência é presumida.

A mídia desempenha papel fundamental na construção das identidades sociais, forjadas a partir dos discursos sociais. E como são múltiplas as apropriações dos discursos, também são múltiplos os processos de identificação.

As memórias são narrativas sociais, práticas discursivas [...]. São tecidas nas arenas de disputas por saber e poder, são objeto de razão e paixão, são fronteiras móveis que servem ao presente, quando reelaboram o passado, mas também ao futuro, quando projetam o devir. Nesse jogo, os agentes ligados aos processos midiáticos exercem um papel fundamental, pela forte penetração de seus discursos e pela configuração de um senso comum avalizado pela categoria sancionada da objetividade. (ENNE, 2004, p. 115).

### **3 Identidades, televisão e telejornalismo**

As transformações globais causam mudanças nos padrões de produção e consumo e, desta forma, produzem identidades novas e globalizadas. De acordo com Hall (2000), as crises de identidade, características das sociedades contemporâneas, estão inseridas num processo mais amplo de mudanças, que desloca as estruturas e os processos centrais das sociedades modernas e abala a ancoragem estável dos indivíduos no mundo social. As velhas identidades estão em declínio, e novas identidades estão surgindo, fragmentando o indivíduo moderno.

A identidade não é uma essência; não é um dado ou um fato – seja da natureza, seja da cultura. A identidade não é fixa, estável, coerente, unificada,



permanente. A identidade tampouco é homogênea, definitiva, acabada, idêntica, transcendental. Por outro lado, podemos dizer que a identidade é uma construção, um efeito, um processo de produção, uma relação, um ato performativo. A identidade é instável, contraditória, fragmentada, inconsistente, inacabada. A identidade está ligada a estruturas discursivas e narrativas. A identidade está ligada a sistemas de representação. A identidade tem estreitas conexões com relações de poder. (SILVA, 2005, p. 96-97).

As transformações na sociedade ocasionam mudanças nas identidades pessoais, na idéia que cada um tem de si próprio como sujeito integrado. Hall (2000) nomeia esta “perda de um ‘sentido de si’ estável” de deslocamento ou descentração do sujeito. A sensação de deslocamento vivida pelo indivíduo no mundo contemporâneo recebe a contribuição das redes de comunicação. E a necessidade de compreender o mundo globalizado e de ter acesso ao maior número possível de informações é preenchida pelo jornalismo, sobretudo pela televisão. “O real, traduzido pelas imagens, se materializa na tela que faz parte do nosso cotidiano. O telejornal satisfaz a angústia diária produzida pela necessidade de pertencer ao mundo, em um momento em que ele nos parece tão fragmentado” (GOMES, 2006, p. 3).

A televisão está presente em 91,4% dos lares brasileiros, enquanto 88% deles possuem geladeiras. Os dados do IBGE (1999) nos mostram a importância da televisão para a sociedade contemporânea. “Nos últimos anos, a televisão vem se firmando como principal meio de comunicação massiva na sociedade. [...] cada vez mais ela define não só o que deve ser visto como informação, mas ela própria adquire o status de informação [...]” (HAGEN in VIZEU, 2008, p. 29).

Vizeu e Correia (In VIZEU, 2008), baseados no resultado de pesquisa realizada pela agência de notícias Reuters, da Rede Britânica BBC e dos Media Centre Poll da Globescan, afirmam que os brasileiros acreditam mais na mídia do que no governo. E que o telejornalismo ocupa um lugar de destaque como a principal fonte de informação para 56% dos entrevistados. Assim, “o telejornalismo representa um *lugar de referência* para os brasileiros muito semelhante ao da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo.” (VIZEU; CORREIA, 2008, p. 12, in VIZEU, 2008).

Os telejornais cumprem uma função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade. Dessa forma, contribuem para uma organização do mundo circundante. É o *lugar* em que os grandes temas nacionais ganham visibilidade, convertendo o exercício de publicização dos fatos como a

possibilidade prática da democracia. Todo esse processo se produz num campo complexo de construção, desconstrução, significação e ressignificação de sentidos. O telejornal é hoje a grande *praça pública* do Brasil. (VIZEU, 2008, p. 7).

Se a mídia insere o indivíduo no espaço público, influenciando o sentimento de pertencimento, a mediação é ainda mais efetiva quando as notícias se referem ao local em que as pessoas vivem. O telejornal, portanto, exerce o papel de mediador entre o telespectador e a cidade, entre a vida privada e a esfera pública. “No momento em que a globalização nos atinge com tanto impacto, a cidade, o bairro, podem ser o lugar em que o sujeito se reconhece” (GOMES, 2006, p. 3). A cidade é geradora do sentimento de pertencimento local, a partir do momento em que faz parte da vida cotidiana do indivíduo. “Nela ele é sujeito, pertencente” (GOMES, 2006, p. 4). A notícia a respeito da cidade provoca maior identificação do telejornal com o telespectador, por abordar assuntos ligados ao seu cotidiano. Algumas matérias, inclusive, possuem cunho assistencialista e colocam o telejornal (e o veículo/empresa que as veiculam) como facilitador das soluções dos problemas pertencentes ao cotidiano da cidade. Desta maneira, o telejornal que assim se pauta é comumente acionado pelo público para intervir em problemas cujas soluções são de responsabilidade do poder público.

Tal poder assistencialista atribuído à mídia é chamado por Beatriz Sarlo de “paternalismo televisivo” – espaço de reivindicações e indenizações simbólicas oferecido pelo telejornalismo: “É difícil afirmar que a televisão seja mais eficaz do que as instituições para assegurar essas demandas, mas sem dúvida parece ser, uma vez que não precisa ater-se a adiamentos, prazos, procedimentos formais que retardem ou transfiram as soluções” (SARLO apud GOMES, 2006, p. 5). O telejornal, portanto, é tido, no imaginário dos telespectadores, como solucionador de problemas, sendo um mediador entre o cidadão e o poder público – o cidadão precisa ser representado, e a mídia o representa. As pessoas, de uma forma geral, confiam mais nos jornalistas que nos governantes ou nas instituições.

Mas a relação do telespectador com o telejornal que aborda sua cidade ou seu bairro não se resume ao assistencialismo.

“O telejornal local é um mediador entre o receptor e a cidade, influencia o sentimento de pertencimento do cidadão em seu espaço público. As reportagens são micro-narrativas da cidade. O telespectador que assiste ao jornal de casa se



identifica com o que está vendo, porque a notícia local efetivamente faz parte de sua vida cotidiana”. (GOMES, 2006, p. 6).

A regionalização de conteúdos da programação televisiva é abordada em relação à noção de comunidades imaginadas de Anderson,

tendo em vista que essas comunidades mantêm uma perspectiva de comunhão mesmo que os membros não se conheçam. Pressupõe-se que a produção televisiva cria condições para essa conexão imaginada, produzindo laços invisíveis entre os espectadores. A representação televisiva ao mesmo tempo dinamiza e consolida as identidades no interior das comunidades imaginadas. (STÜMER; SILVEIRA, 2006, p. 2).

#### **4 Apresentadores de telejornais & identificação com o público**

Não é à toa que milhares de pessoas ainda respondem ao famoso “boa noite” dado pelos apresentadores de telejornais no horário nobre da televisão brasileira. “O telejornalismo ocupa hoje um lugar central na vida dos brasileiros.” (PORCELLO in VIZEU, 2006, p. 13), sendo os telejornais “a principal fonte de informação da sociedade brasileira: mais barata, mais cômoda e de fácil acesso”. (PORCELLO in VIZEU, 2006, p. 13). E a “credibilidade do telejornal é influenciada diretamente pela confiança que os espectadores depositam nos seus apresentadores”. (FECHINE, 2008, p. 1).

A atuação dos apresentadores como condutores centrais da enunciação, posicionados atrás de uma bancada, de frente para o telespectador, é condição estruturante da maioria dos telejornais brasileiros. São eles os responsáveis por interpelarem diretamente a audiência, colocando-se como principal delegado do discurso e dispositivo de convocação do público através do seu corpo significativo, que opera para anunciar, do lugar de fala autorizado, os acontecimentos supostamente mais relevantes do dia. (GUTMANN, 2009, p.8).

Os apresentadores de telejornais são considerados por Gutmann “os protagonistas da cena, os ‘donos da informação’, os que sabem, atestam, desaprovam ou aprovam, os que aconselham, vigiam, enfim, os que têm autoridade para apresentar à população os principais fatos do dia [...]”. (GUTMANN, 2009, p. 11). E os apresentadores são a “cara” dos telejornais, muitas vezes confundidos com o próprio produto a que dão voz. Gutmann considera os apresentadores “um importante elemento de articulação entre as diferentes histórias veiculadas em um telejornal” (GUTMANN,

2009, p. 4). A autora remete-se a Veron, para quem o “olho no olho” dos apresentadores com o público

contribui para a credibilidade do enunciado, a função referencial, [...] definindo-se como uma marca de identificação do discurso informativo na TV. Para o autor, é nesse jogo enunciativo regido pelo olhar que se estabelece o contato entre as partes e, por consequência, o *status* de confiança entre os sujeitos actantes de um determinado texto audiovisual. (GUTMANN, 2009, p. 4).

Esta simulação do contato direto é destacada por Coutinho: “Durante os telejornais, esse ‘contato’ ganha força na medida em que apresentadores, repórteres e entrevistados se dirigem diretamente ao telespectador em um simulacro do olho-no-olho [...]”. (COUTINHO, 2008, p. 21). E ainda por Debray, que faz uma analogia entre o apresentador e a presença divina:

[...] a visão do apresentador cotidiano não apaga, com certeza, nossos pecados, como a Presença divina no ritual católico, mas observemos que, apesar de todas as suas diferenças de estatuto, os dois suportes humanos da revelação têm, antes de tudo, a frontalidade em comum. Olhos nos olhos, face a face. Nosso anchorman ou woman olha para quem o olha, [...] finge, já que está lendo um *prompter*, mas o efeito está aí: um olho nos fixa sem nos ver, interpela-nos diretamente [...] São, por natureza, Seres de face, retos sem verso, corpos gloriosos sem barrigas da perna, nádegas ou nuca: puras subjetividades não-objetiváveis. Esses homens-tronco não são o Verbo, mas o Real encarnado, isto é, o Acontecimento em sua luminosa Verdade. (DEBRAY, 1994, p. 297).

Hagen afirma que “a imagem de competência e excelência dos apresentadores, de alguma forma, transmite a sensação de excelência da informação, assegurando a credibilidade tão incensada no jornalismo”. (HAGEN, 2008, p. 10). Defende ainda que a imagem dos apresentadores desperta emoção no público – emoção considerada pelo autor como fundamental para estreitar os laços entre o público, o âncora e o telejornal e para gerar certo conforto, um acolhimento em meio a tantas notícias.

Buscar a emoção no rosto dos telespectadores é repetir naturalmente o que se faz numa conversação face a face. E em uma situação em que o rosto é principal componente, já que o corpo não aparece inteiro na tela, essa busca se concentra e intensifica. [...] A emoção está presente na sutileza, no detalhe, e em tudo aquilo que está fora do vídeo, mas que pode ser resgatado – conscientemente ou não – quando se vê uma imagem mítica. (HAGEN, 2008, p. 8).





Tudo isso corrobora para a identificação do telespectador com o apresentador do telejornal.

O apresentador passa [...] a ser percebido paulatinamente pelo público como alguém mais próximo e familiar, alguém de quem ele conhece até alguns aspectos da vida, das experiências, das opiniões e preferências pessoais. Pode, ainda, por outro lado, ser visto pelo telespectador como alguém capaz de defender seus interesses e manifestar suas posições, apto a expressar às autoridades, aos políticos ou a representantes da sociedade civil aquilo que ele próprio gostaria de falar. (FECHINE, 2008, p. 2).

## **5 Estudo de caso**

O Jornal da Alterosa Edição Regional é veiculado de segunda-feira a sábado pela TV Alterosa Zona da Mata e Vertentes, emissora afiliada ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). É o único produto jornalístico da emissora, que possui sede em Juiz de Fora (MG) e cujo sinal chega a outros 127 municípios da região. Desde março de 2010, é exibido às 19h. Mas, na época de realização deste estudo, seu horário de exibição (por sete anos consecutivos) era 1h50, tendo, em média, 25 minutos brutos de duração.

A TV Alterosa Zona da Mata e Vertentes possui dez anos de existência. Nesta década, o telejornal passou por três linhas editoriais bem distintas, quando teve na edição responsável três profissionais diferentes. Do início até março de 2002, reportagens policiais, muitas com tom sensacionalista, eram a marca do telejornal; de abril de 2002 a janeiro de 2009, as reportagens factuais não foram esquecidas (mas deixaram de lado o tom sensacionalista) e ganharam espaço matérias de serviço e saúde, assim como materiais informativos de maneira geral; e de janeiro de 2009 até hoje, o Jornal da Alterosa Edição Regional assumiu o papel de “a voz do povo” – o telejornal (e a emissora, conseqüentemente) sempre se coloca do lado do povo, do seu público, contra quem quer que seja. E, ao mesmo tempo, tornou freqüentes, em seus discursos, a insegurança, o risco, o medo. Assim, é comum a utilização de palavras como “medo”, “susto”, “tragédia” e “polêmica” em vários momentos distintos.

Passemos às duas edições do Jornal da Alterosa Edição Regional exibidas nos dias 20 e 21 de janeiro de 2010. Primeiramente, a edição do dia 20 (quarta-feira), que foi aberta com uma reportagem que mostrava o presidente Luiz Inácio Lula da Silva inaugurando, em Juiz de Fora, a primeira usina termelétrica brasileira movida a etanol. Logo após, foi exibido um VT sobre militares juizforanos que embarcaram para o Haiti



(país atingido por terremotos), para integrar o Exército da Paz. Em seguida, a apresentadora (e editora) chamou um audiotape, com um trecho de entrevista dado pelo primo de um sargento, morador da cidade histórica de São João del Rei, que morreu em um dos terremotos no Haiti. O entrevistado falou sobre como estava a família no dia em que o corpo do sargento (assim como os corpos de outros 16 militares) chegaria ao Brasil para os funerais. A seguir, a apresentadora mudou de câmera, continuando em plano fechado. E falou: “São tantas as tragédias que infelizmente nós somos obrigados a conviver, que isso causa medo, pânico, falta de vontade de sair de casa mesmo. Se você também sente isso, não pode perder o segundo bloco do Jornal da Alterosa. Ao vivo, nós vamos discutir como lidar com esta triste realidade. Já já.”

O segundo bloco começou com a câmera se aproximando da apresentadora, até que ela ficasse em close, enquanto lia o seguinte texto: “Terremotos, enchentes, tempestade e desabamento. Tantas tragédias, que fica difícil de não se envolver. Nossa equipe foi às ruas saber se você fica abalado com esta realidade tão pesada que estamos vivendo.” A cabeça foi seguida de povo fala composto por cinco mulheres e dois homens. Todos os entrevistados se mostraram sensíveis ao assunto abordado, e foram comuns palavras e expressões como “tragédias horríveis”, “tristeza”, “assusta”, “faz mal ouvir”, “medo de tudo”. Após o povo fala, a apresentadora voltou a falar, em tom de desabafo, alternando olhares para a câmera e para o monitor de LCD em que aparecia um repórter: “É, com certeza. Boa tarde, Evandro. Eu não sei você, Evandro, mas eu fico muito abalada também. Eu sinto muito quando eu tenho que noticiar notícias de catástrofes. A gente vem falando das vítimas das chuvas, das vítimas do Haiti, e isso acaba criando um pânico geral, Evandro.”. O repórter (de início, sozinho na imagem e, no decorrer da fala, passando a dividir a imagem com o entrevistado) respondeu: “É verdade, Elisângela. Se a gente que está acostumado a lidar com estas situações fica assim, imagina quem está em casa. E é sobre este assunto que nós vamos conversar com o psicólogo Cristian Curione.”. A entrevista transcorreu com o repórter perguntando se tal situação poderia causar alguma doença do ponto de vista psicológico, e o entrevistado respondendo que sim e enumerando como respostas crises de ansiedade, síndrome do pânico, angústia e medo. A apresentadora interferiu: “É uma realidade que nós estamos vivendo, infelizmente. O que fazer para amenizar esta realidade?”. O entrevistado argumentou que o melhor era procurar um psicólogo, para falar a respeito



da questão. E enquanto discorria a respeito do tratamento, foi interrompido pela apresentadora: “Mas as pessoas não gostam, mas assistem. Elas querem, elas buscam isso também.”. E o psicólogo respondeu que, assim como desligar a televisão para não ver as tragédias, a tentativa de assistir também é uma forma de elaborar a questão. A entrevista terminou com o seguinte comentário da apresentadora: “Esclarecimentos de um assunto tão importante aqui no Jornal da Alterosa”. E chamou a passagem de bloco.

O terceiro bloco do telejornal do dia 20 de janeiro começou com uma reportagem sobre a inauguração da primeira Unidade de Pronto Atendimento da cidade, que teve a presença do presidente Lula. Depois do VT, foi exibida uma nota coberta com imagens internas da unidade de saúde e texto explicando que o atendimento ao público seria aberto no dia seguinte, porque os trabalhos, naquele dia, eram internos. No encerramento do telejornal, a apresentadora vaticinou: “O Jornal da Alterosa termina aqui, mas amanhã a gente se encontra, se Deus quiser. Boa tarde pra você.”.

Já a edição do dia 21 de janeiro, quinta-feira, foi aberta com a vinheta do quadro intitulado Ronda Alterosa – uma vinheta feita com o som de uma sirene policial e imagens de policiais em ação. Logo após a vinheta, a apresentadora disse que havia uma suspeita de leptospirose em Juiz de Fora e chamou um repórter, num stand-up em que entrevistava a diretora da Vigilância Epidemiológica da Secretaria Municipal de Saúde. Depois do stand-up, a apresentadora voltou a chamar o repórter, mas desta vez ao vivo, para uma entrevista com um veterinário sobre a possibilidade de animais domésticos transmitirem leptospirose. Durante a entrevista, entraram várias imagens de alagamentos, locais cheios de lama e lixo – tudo em consequência de chuvas. Mas apenas em um único momento, no início da entrevista, o veterinário falou em chuvas e que a época aumentava o risco de transmissão da doença. Ao final da entrevista, a apresentadora disse: “E por falar em chuvas, os fenômenos naturais continuam aparecendo e assustando a população. Na tarde passada, ventos de até 52 quilômetros por hora fizeram estragos no bairro Milho Branco, na Zona Norte de Juiz de Fora.”. Entrou um VT sobre os estragos do vendaval na tarde anterior, seguido da previsão do tempo, que finalizou o primeiro bloco.

O segundo bloco do telejornal teve uma reportagem sobre o Tupi, principal time de futebol da cidade, e uma entrevista ao vivo com o técnico do clube, que respondeu a duas perguntas feitas por populares. E o terceiro bloco começou com uma



reportagem mostrando o primeiro dia de funcionamento da Unidade de Pronto Atendimento do bairro Santa Luzia. Por fim, terminando o telejornal, a apresentadora chamou o último VT: “Expectativa. Dois militares estão prestes a retornar ao Brasil. Eles estão no Haiti, em missão de paz da ONU. A família não vê a hora deles chegarem.”. O VT foi feito com mulheres de dois militares juizforanos que estão no Haiti.

Avaliemos, agora, os discursos do medo e da dor no telejornal estudado. Logo no primeiro bloco da primeira edição estudada, o medo foi apresentado ao público, na reportagem que mostra o embarque de soldados da região para o Haiti. E, em seguida, a apresentadora/editora fez uma ligação do medo com a tristeza, ao ouvir um parente do sargento morto no país atingido pelo terremoto, falando sobre a chegada do corpo do primo ao Brasil e do funeral dele. Após isso, a apresentadora chegou ao ápice do discurso do medo e da dor, não só pelo próprio discurso que proferiu, mas também pela maneira como falou, igualando-se ao telespectador, e por usar tal discurso como forma de prender a atenção da audiência: “São tantas as tragédias que infelizmente nós somos obrigados a conviver, que isso causa medo, pânico, falta de vontade de sair de casa mesmo. Se você também sente isso, não pode perder o segundo bloco do Jornal da Alterosa. Ao vivo, nós vamos discutir como lidar com esta triste realidade. Já já.”.

Os discursos do medo e da dor prosseguem suas empreitadas no segundo bloco da edição do dia 20 de janeiro do Jornal da Alterosa Regional. Antes mesmo da entrevista ao vivo anunciada na passagem de bloco, a apresentadora enumerou desgraças, “tragédias” que assolam a humanidade: “terremotos”, “enchentes”, “tempestades”, “desabamentos”. E confessou que, ainda que indiretamente, é abalada por tais desgraças: “Tantas tragédias, que fica difícil de não se envolver.”. O envolvimento é exemplificado pelo uso do verbo na primeira pessoa do plural. E a apresentadora fez juízo de valor sobre a realidade, ao classificá-la de “pesada”: “Nossa equipe foi às ruas saber se você fica abalado com esta realidade tão pesada que estamos vivendo.”. Depois que os cinco entrevistados reafirmaram os discursos do medo e da dor, a apresentadora chamou a entrevista ao vivo com o psicólogo, mais uma vez colocando-se ao lado do povo, valorizando sua condição humana, ao confessar o próprio abalo com a situação: “... eu fico muito abalada também. Eu sinto muito quando eu tenho que noticiar notícias de catástrofes.”. E alertou para um “pânico geral” criado

pelas tragédias retratadas. O repórter e o psicólogo entrevistado ratificaram o discurso da editora/apresentadora, com o emprego das palavras “pânico”, “angústia” e “medo”. A apresentadora fez, novamente, juízo de valor sobre a realidade: “É uma realidade que nós estamos vivendo, infelizmente. O que fazer para amenizar esta realidade?”. Mas, apesar de querer sempre se mostrar do lado do povo, ela defendeu o veículo de comunicação televisão, que mostra as desgraças acontecidas, ao afirmar que o público, apesar de reclamar das tragédias, não deixa de assisti-las na TV: “Mas as pessoas não gostam, mas assistem. Elas querem, elas buscam isso também.”. E terminou o bloco valorizando o próprio telejornal, por abordar o assunto: “Esclarecimentos de um assunto tão importante aqui no Jornal da Alterosa.”.

Depois de tanto medo, de tanta desgraça, de tanta dor, restava somente Deus para trazer esperança por dias melhores. Foi então que a apresentadora/editora finalizou a edição falando que o Jornal da Alterosa estava terminando, mas que “amanhã a gente se encontra, se Deus quiser.” – isso numa emissora que não tem uma postura religiosa declarada; emissora que comumente noticia eventos religiosos diversos, sejam católicos, evangélicos, espíritas e de diferentes seitas – nem todas crentes em Deus.

Na segunda edição estudada, o discurso do medo e da dor começa na vinheta do quadro Ronda Alterosa, que estampa imagens de policiais em ação e o som de uma sirene. E, apesar de ser um quadro voltado para assuntos policiais, abordou uma única notícia, sobre saúde: um caso suspeito de leptospirose em Juiz de Fora – sem dúvida um risco, um perigo. A abordagem do assunto foi informativa, apesar do alerta de medo feito a partir da revelação da possibilidade de animais domésticos transmitirem a doença. Medo e dor também foram lembrados nas imagens de alagamentos, lama e lixo exibidas durante a entrevista do veterinário, apesar de o assunto “chuva” só ter sido falado uma vez, logo no início da entrevista. E logo após a apresentadora fez juízo de valor dos fenômenos da natureza (como se eles tivessem culpa por acontecer ou acontecessem por vontade própria) e emplacou que as pessoas estavam assustadas (quem se assusta, muitas vezes o faz por ter medo): “... os fenômenos naturais continuam aparecendo e assustando a população.”. Os discursos da dor, do medo e da insegurança tiveram seu ponto final na cabeça da última matéria exibida no dia 21 de janeiro, feita com mulheres de dois militares juizforanos que estavam para voltar do



Haiti. A apresentadora começou já com uma sentença: “Expectativa.” E terminou falando da segurança que se faz necessária: “A família não vê a hora deles chegarem.”.

## 6 Conclusão

A adoção dos discursos do medo e da dor é clara a partir dos textos da editora/apresentadora aqui transcritos. As palavras reforçam as intenções mostradas nas imagens – tragédia, medo, pânico, falta de vontade, tristeza, susto, perigo, catástrofe. E como há uma identificação do público com o telejornal e, especialmente, com o apresentador do telejornal, acredito que os discursos do medo e da dor proferidos pela âncora/editora do telejornal avaliado ecoaram no público deste telejornal.

A apresentadora utiliza recursos que forçam este processo de identificação. Um exemplo é a conjugação dos verbos na primeira pessoa do plural, o que faz com que ela se coloque no meio do público, se faça “humana”, igual aos telespectadores. Outro exemplo é o tom de desabafo usado pela jornalista – ela parece trocar confidências com a audiência, ela assume que se sente mal em noticiar tragédias. Além disso, a jornalista admite-se impotente diante dos acontecimentos, também uma vítima da realidade, chegando a apelar para Deus.

Vale lembrar, aqui, que o telejornal apresentado aos telespectadores é um recorte, uma (re)construção da realidade, que assume angulações específicas sobre os assuntos noticiados. Tais angulações são determinadas por meio da escolha dos temas a serem reportados, da coleta e da edição de imagens, da redação do texto, da entonação da locução, da definição de entrevistados. Sem contar que alguns temas e algumas palavras são repetidos, numa tentativa de reforço da intenção pretendida – o que parece é mesmo que se tenta produzir, na audiência, dor, medo e apreensão.

Aliados às palavras e às imagens, há os enquadramentos de câmera utilizados para mostrar a apresentadora, as expressões corporais e faciais, os gestos, e outros signos que acompanham o discurso e tentam impor seus efeitos sobre os telespectadores. Tudo isso influencia em como o acontecimento é retratado e contado pelo telejornal.

## Referências

COUTINHO, Iluska. **Público, telejornalismo e identidade:** uma reflexão sobre as esferas noticiosas e o destinatário da informação televisual. In: LAHNI, Cláudia; PINHEIRO, Marta (orgs). **Sociedade e Comunicação:** perspectivas contemporâneas. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.



DEBRAY, Régis. **Os paradoxos da videosfera**. In: DEBRAY, Régis. **Vida e Morte da Imagem, uma história do olhar no ocidente**. Petrópolis: Vozes, 1993. p. 293-323.

ENNE, Ana Lucia S.. **Memória, identidade e imprensa em uma perspectiva relacional**. In Revista Fronteiras – estudos midiáticos. Vol. VI, nº 2, p. 101-116, jul/dez 2004.

FECHINE, Yvana. **A nova retórica dos telejornais: uma discussão sobre o éthos dos apresentadores**. Trabalho apresentado ao GT Estudos de Jornalismo do XVII Encontro da Compós. São Paulo, 2008.

GOMES, Taiga Corrêa. **A localidade no telejornalismo: um espaço de interação e pertencimento**. In Intercom Sudeste 2006. Ribeirão Preto, maio 2006.

GUTMANN, Juliana Freire. **Articulações entre dispositivos televisivos e valores jornalísticos na cena de apresentação do Jornal Nacional**. Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação da Intercom. Curitiba, 2009.

HAGEN, Sean. **A emoção como complemento à objetividade na imagem dos apresentadores de telejornal: uma análise do processo de fidelização do telespectador**. Trabalho apresentado ao GT Estudos de Jornalismo do XVII Encontro da Compós. São Paulo, 2008.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **A produção social da identidade e da diferença** in SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e diferença. A perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2005.

STÜMER, Adriana e SILVEIRA, Ada Cristina Machado da. **A casa da vovó na TV: a captura de uma identidade étnica e sua representação televisiva** in UNIREvista. Vol. 1, nº 3, jul. 2006.

VIZEU, Alfredo. **A produção de sentidos no jornalismo: da teoria da enunciação à enunciação jornalística**. In: Anuário Internacional de Comunicação Lusófona, vol. 2, nº 1, p. 141-153, 2004.

VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.

VIZEU, Alfredo (org). **Sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

VIZEU, Alfredo (org). **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Insular, 2006.