Telejornal: estratégias e sentidos do discurso audiovisual [1]

Carla Simone Doyle TORRES[2]
Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS

RESUMO

No desvelamento de aspectos fundamentais das estratégias textuais que mostram a relação da instância enunciativa com os textos informativos audiovisuais, assim como os efeitos resultantes dessa manipulação, foram eleitas categorias teórico-metodológicas baseadas no detalhamento dos efeitos de enunciação e de realidade. O aporte teórico-metodológico conta com autores como Foucault, Charaudeau, Verón, Vilches, Mouillaud, Maingueneau, Peruzzolo, Fausto Neto, Duarte e Becker. O objetivo é detectar os sentidos circulantes em dois dos maiores telejornais do país: Jornal da Band e Jornal Nacional. Entre os principais resultados, estão o mais freqüente aprofundamento enunciativo subjetivo em Jornal da Band, assim como uma tendência mais pronunciada em Jornal Nacional à objetivização dos textos informativos.

PALAVRAS-CHAVE: telejornal; discurso; enunciação; estratégias; sentido

1 Introdução

Lançado em âmbito nacional em 1969, o telejornal passou a desenvolver uma linguagem que herdeira tanto do cinema, quanto do rádio. Com formatos peculiares e típicos modos de tematizar os assuntos, o dispositivo jornalístico televisivo estabeleceu um estilo de informar muito ligado ao acesso instantâneo aos acontecimentos e à simultaneidade de sua divulgação.

Seu conjunto de recursos cinésicos e verbais forja objetos de estudos ainda inacabados nos mais diversos níveis de sua sistemática e usos. Nesse sentido, o presente trabalho lança pontos para exploração como: de que modo produtos de mesmo gênero (o telejornal) e formatos muito semelhantes (cada um dos moldes de edição telejornalística, seja em Jornal da Band e Jornal Nacional) resultam em produtos sensivelmente diversos? Como poderia entender o resultado da produção de sentidos nos discursos telejornalísticos, a partir dos investimentos feitos pelos sujeitos? Era esse o ponto, essa a dúvida central que a semiologia dos discursos me ajudaria a resolver mais tarde.

Com o objetivo de desvelar as estratégias discursivas presentes no tratamento das estruturas audiovisuais das notícias, deu-se procedimento a pesquisa qualitativa

[1] Trabalho apresentado no GT – Audiovisual, do Inovcom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.
[2] Jornalista e Mestre em comunicação Midiática pela UFSM, professora do Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UNIFRA e locutora da Rádio Itapema – Santa Maria/RS.

baseada nos marcos teóricos fundados por Foucault, cujos difusores mais contemporâneos são Charaudeau (2006) e Maingueneau (1993). Também busco apoio em autores como Verón (1980), Duarte (2007), Fausto Neto (2006) e Peruzzolo (2004, 2006), na busca por situar-me nas inovações em termos de estudos em torno de produtos audiovisuais e telejornalísticos. Também, Becker (2005), Schudson (1993) e Weaver (1993) trazem concepções e categorias interessantes ao entendimento da estrutura do corpus. Similaridades empíricas, principalmente em relação a Becker (2005), facilitaram o caminho metodológico. Exemplo disso são as sete categorias básicas adotadas na divisão dos assuntos presentes no corpus: Brasil, Política, Economia, *Hardnews*, Internacional, Esporte e Outros.

O corpus geral é formado por 12 edições de dois telejornais diários de horário considerado nobre na TV aberta brasileira: seis edições de Jornal da Band, veiculado pela Rede Bandeirantes, ordinariamente das 19h20 às 20h10; e seis de Jornal Nacional, veiculado pela Rede Globo de Televisão, ordinariamente das 20h15 às 21h. A opção por esses telejornais deu-se tanto pela potencial abrangência de ambos, quanto pela adjacência de seus períodos de veiculação, que facilitou a captação das edições. Anteriormente às análises, optou-se pela gravação das últimas edições de cada mês dos referidos telejornais, ao longo do segundo semestre de 2006. As edições captadas de Jornal da Band e de Jornal Nacional são referentes às veiculações de 31/07, 31/08, 30/09, 31/10, 30/11 e 30/12 de 2006.

Na aplicação das categorias teórico-metodológicas, os formatos reportagem, notas de locutor e coberta, comentário/crônica e indicador como suportes aos efeitos da enunciação, a tomada da palavra (FAUSTO NETO, 1999) é observada verbal e iconicamente, a partir recursos construtores da objetivização e da subjetivização. Além disso, estão presentes nas narrativas os efeitos de realidade, que dão “credenciais de existência” às temáticas e personagens. A metodologia volta-se ao centro em que as pontas comunicativas se encontram, o texto estruturado por estratégias e de polissemias.

Destacam-se os trabalhos do sujeito sobre a linguagem (MAINGUENEAU, 1993), do sistema de auto-referencialidade midiática (FAUSTO, 2006), e o da linguagem sobre o sujeito tornado resultado da ação dela. Eis o telejornal: objeto tecido e re-tecido à luz das gramáticas popularizadas no âmbito informativo audiovisual, cada vez mais impregnado de estratégias discursivas nos âmbitos da circulação, da absorção e do aprimoramento desses usos.

2 Fundamentação teórico-metodológica

O telejornal nasce como um gênero informativo híbrido. Abre a dimensão textual do mostrar enquanto diz, movimentando um novo estatuto de codificação e leitura. A codificação dos textos é tarefa da enunciação, compreendida como as "incursões (...) no universo dos códigos (...) com o intuito de produzir dois grandes efeitos de sentido: produzir um objeto de comunicação e entrar em comunicação com alguém" (PERUZZOLO, 2004, p. 143). E quanto aos elementos morfológicos (VILAFAÑE, 2000), a linguagem telejornalística é feita de palavras, músicas, ruídos e outros sons tão efêmeros quanto os da linguagem radiofônica, assim como de imagens mais complexas e mais facilmente associáveis às cenas do dia a dia dos telespectadores.

Esses suportes colaboram na produção de textos que, para além de critérios de noticiabilidade já determinados no universo jornalístico – tais como novidade, atualidade e objetividade – têm os sentidos fortemente preparados por um ritual, um dispositivo próprio, um fazer com regramentos, à maneira de uma matriz que impõe suas formas aos textos, num modelo típico de estruturação do espaço e do tempo (MOUILLAUD, 2002). Eis o estudo do dispositivo telejornalístico.

2.1 Complexidades do dispositivo

Mouillaud destaca que os "dispositivos encaixam-se uns nos outros" (MOUILLAUD, 2002, p. 32). Dentro do corpus da pesquisa telejornalística, essa estrutura reflete-se no mosaico de formas textuais representadas por diversas categorias empíricas, como a reportagem, a nota de locutor e coberta, que – na seqüência do texto englobante – intercalam/sucedem-se na composição macro-formato de cada edição.

Por um lado, a sucessão dos sub-dispositivos dentro de cada edição telejornalística depende das escolhas do enunciador. Por outro lado, as escolhas a que ele procede são condicionadas por um modelo pré-estabelecido para as edições diárias. Num ciclo de remissivas internas, texto e forma tanto se auto-constroem, como também formam "uma rede que não impõe ao mundo apenas uma interpretação hegemônica dos acontecimentos, mas a própria forma dos acontecimentos" (MOUILLAUD, 2002, p.32). Para além do pequenino ser que vemos na tela – seja nas pessoas do apresentador, do repórter ou do entrevistado – fala um conjunto de fatores que sustentam e legitimam a instituição telejornal.

Carlón (1999) confere ao dispositivo televisivo um caráter icônico-indicial, em que a imagem está contaminada por seu objeto (o objeto a que se refere e que denota). Também, para ler uma imagem televisiva é necessário o conhecimento sobre a *arché*, as especificidades do dispositivo. À possibilidade das transmissões ao vivo, o autor alia o fluxo perceptivo quase atual da imagem móvel, em que há uma impressão de quase nula defasagem temporal, como num legítimo "aqui e agora", como se o que vemos na tela fosse um índice de nosso tempo físico (SCHAEFFER *apud* CARLÓN, 1999). Daí o forte apelo referencial da imagem iconocinética. Se aplicada a uma narrativa de histórias drásticas, de ritmo intenso, como as *hard news*[1], maior seu apelo à realidade, freqüentemente aliada ao efeito de objetividade nas narrativas audiovisuais.

Conscientes da problemática de que a linguagem é produtora de verdades (SODRÉ, 2002), devemos partir da condição de que os acontecimentos do mundo são sempre mediados ou (re)apresentados pelos mais diversos códigos, acessados por inúmeras possibilidades de escolha.

Para Tuchman (1993), a objetividade funciona como um escudo, espécie de ritual e procedimento de rotina de adesão obrigatória. Abole-se o "eu" e dá-se ênfase à terceira pessoa acompanhada de verbos impessoais, em histórias com sujeitos sem grandes adjetivações. Estar textualmente distante no texto foi eleito o melhor modo de tratar informações com precisão. Porém, a arbitrariedade de cada objeto informativo telejornalístico é patente desde os mais simples recursos verbais, até as mais elaboradas construções icônicas.

Diferente do que acontece na narrativa da reportagem em meio impresso, em que podemos focar a representação mais demoradamente sobre determinados aspectos, voltar em certos pontos do texto, montar um raciocínio, abandoná-la, para logo lê-la novamente, "a notícia de televisão é concebida para ser completamente inteligível quando visionada em sua totalidade" (WEAVER, 1993, p. 299). Assim, o uso do recurso visual ganha maior potencialidade ainda, já que o elemento icônico costuma ser a entrada de leitura para um objeto noticioso, desde o suporte impresso.

E justamente nessa característica de entrada de leitura das informações, Charaudeau aponta o fortalecimento da imagem em termos de efeito de ubiqüidade ou onipresença. Nesse sentido, os melhores exemplos parecem ser as escaladas[2] de abertura

[1] *Hard news* refere-se a "acontecimentos factuais fortes" (BECKER, 2005, p. 101).
[2] Conforme Becker (2005, p. 76), a sensação de ubiqüidade está diretamente associada ao efeito de "multiplicidade de olhares (...) variedade de fontes de imagens – filmes, tapes e retransmissão direta. A escalada (...) antecipa, em tom

dos telejornais, em que o texto acompanhado de imagens em ritmo intenso constrói um efeito de panóptico. É como se a tela da TV, naquele momento, apresentasse – em "manchetes de grande impacto" (BECKER, 2005, p. 76) – uma leitura com lupa sobre os fatos mais importantes do Brasil e do mundo. Eis, cronologicamente, o primeiro dos dispositivos que condicionam as condutas de produção e leitura dos telejornais.

2.2 Desdobramentos dos efeitos de enunciação e de realidade

Num primeiro detalhamento, os efeitos de enunciação subdividem-se em afastamento e aproximação do enunciador em relação ao texto. Nos níveis verbal e icônico, os efeitos de afastamento do enunciador em relação ao texto são relacionados à objetividade, e os efeitos de aproximação, à subjetividade.

Parte-se a um terceiro detalhamento. Nesse patamar, a objetividade aparece representada por elementos como verbos em terceiras pessoas e verbos indicadores de estado ou impessoais, além de tomadas nos planos geral ou médio-frontal. A subjetividade é observada através dos verbos em primeiras e segundas pessoas, dos pronomes possessivos, demonstrativos, advérbios (especialmente os de modo), pelos ajuizamentos, efeitos de interlocução, além das tomadas em closes, em *plongée* ou *contre-plonglée* e dos movimentos de câmera ou de lente (*zoom in* / *out*).

Os efeitos de realidade, utilizados quando o enunciador "procura apoiar a narrativa sobre sentidos já construídos na experiência do destinatário" (PERUZZOLO, 2004, p. 166), também podem ser observados a partir de uma primeira grande divisão, que resulta na observação das duas principais variáveis do texto audiovisual – os textos verbal e icônico. Já partindo para um segundo detalhamento dentro dos efeitos de realidade, observam-se recursos como atrelar o dito a pessoas, a espaços geográficos, datas e idades, além de gráficos e simulações. Observe como as imagens em si já funcionam, portanto, como fortes recursos de referencialidade, especialmente nos produtos telejornalísticos.

Por fim, num último desdobramento em termos de efeitos de realidade, vem a observação da elaboração da narrativa em seus fluxos temáticos (motivos, cadeias e desdobramentos de idéias) e figurativos. Nessa etapa, têm fundamental importância os conhecimentos acerca da compreensão da imagem como discurso. Tomando como parâmetro essas duas vertentes – a dos efeitos de enunciação e de realidade – constata-

rápido ou incisivo, os assuntos que serão tratados mais à frente (...) o texto é curto possibilitando um dinamismo maior na abertura do telejornal".

se, como é possível verificar na seguinte seleção de análises, que a ancoragem na experiência do mundo vivido, visto e sentido pelo leitor/observador é largamente utilizada para conferir realidade, plausibilidade aos produtos telejornalísticos, compreendidos nos formatos "indicador", "nota de locutor" e "nota coberta", "reportagem", "comentário/crônica".

A reportagem telejornalística "é a matéria jornalística que fornece um relato ampliado de um acontecimento, mostrando suas causas, correlações e repercussões" (REZENDE, 2000, p. 157). Cinco elementos básicos a constituem: a "cabeça" (considerada como a chamada feita pelo apresentador/âncora – personagem atuante na condução do texto englobante do telejornal – ou pelo repórter, de modo a contextualizar o tema reportado); o *off* (texto roteirizador coberto por imagens); o "boletim/passagem" (momento da aparição da personagem do repórter); a "sonora" (momento em que certas fontes ganham voz e corpo na trama narrativa); e o "pé", texto dito pelo repórter no encerramento do texto da reportagem e complementado pelo apresentador/âncora no estúdio.

Partindo à nota, temos que ela "é o relato mais sintético e objetivo de um fato" (REZENDE, 2000, p.157) e que se subdivide em nota de locutor[3] e nota coberta. A nota de locutor é toda informação dita pelo âncora/apresentador ou repórter, sem a exibição de imagens relacionadas. Esse recurso, inicialmente, repercute dois sentidos. Por um lado, funciona como um fio que reforça constantemente a atenção do enunciatário ao locutor central da narrativa englobante –o próprio apresentador – já que se reafirma nesse momento o contrato de veridicção, numa manutenção dos lugares de cada um no discurso – o de locutor/mostrador e o de telespectador. E, por outro lado, parece ser uma espécie de intervalo necessário ao fluxo da história contada, como num descanso ao telespectador frente à intensidade da narrativa.

A nota coberta é aquela informação dada pelo âncora, acompanhada de imagens a ela relacionadas. Neste caso, observo que geralmente a relação entre o texto verbal e o texto icônico em televisão é a mesma mantida no jornalismo impresso entre as imagens e as palavras a elas relacionadas quando do uso da legenda descritiva (CAMARGO,

[3] Rezende (2000) adota para a nota sem cobertura de imagens relativas às informações verbais a nomenclatura "nota simples", porém, neste trabalho, a categoria "nota de locutor" vem sendo mais bem assimilada de acordo com as diretrizes do estudo semiológico do discurso, visto que a própria categoria de "locutor" é manipulada por Peruzzolo (2004) em relação às funções assumidas pela enunciação ao longo das narrativas. Assim, "nota de locutor" vem mais ao encontro dos sentidos movimentados nos termos do estudo telejornalístico aqui proposto.

2001), quando o texto não acrescenta informações além das apreensíveis a partir da imagem propriamente dita (Lima,1988).

Quanto ao comentário e à crônica, localizados na categoria do jornalismo opinativo (REZENDE, 2000; BITTENCOURT, 1993), destaque para a imagem simbólica do comentarista, geralmente com prestígio junto ao público. Para Rezende (2000, p. 158-9), o comentário é a "matéria jornalística em que um jornalista especializado em um determinado assunto (...) faz uma análise, uma interpretação de fatos do cotidiano", enquanto a crônica pode ser considerada como estando "no limite entre a informação jornalística e produção literária (...) projeta para a audiência a visão lírica ou irônica que tem do detalhe de algum acontecimento".

Nessa categoria, o dispositivo enunciador se posiciona por meio da personagem do comentarista ou cronista, como se este fosse o primeiro locutor. Ao mesmo tempo, a ampla difusão da imagem dessa personagem parece – junto à sua autoridade (não necessariamente) jornalística – torna-se fator na reafirmação dos efeitos de referencialidade na narrativa. O tempo dedicado ao comentário ou crônica pode alongar-se em relação tempo disponibilizado aos outros elementos textuais mais dinâmicos do telejornal, e a relativa monotonia da imagem reafirma o lugar e o caráter de testemunho. Já o indicador, quarta categoria da informação telejornalística aqui analisada, compreende

> matérias que se baseiam em dados objetivos que indicam tendências ou resultados de natureza diversa, de utilidade para o telespectador em eventuais tomadas de decisões, o que lhes dá sentido de jornalismo de serviço (...) podem ter um caráter permanente, caso das previsões meteorológicas, números do mercado financeiro e informações de condições de trânsito ou temporário, a exemplo dos resultados de pesquisas eleitorais (REZENDE, 2000, p. 158).

Seja no uso de gráficos do mercado financeiro ou de pesquisas eleitorais, seja na representação geográfica de lugares por meio de mapas e simulações, todas as apresentações do indicador se dão sob forte influência dos efeitos de realidade.

Com base na tabela a seguir, em que são levantados números referentes às categorias empíricas, procedo à análise dos elementos mais destacados nas edições de Jornal da Band e Jornal Nacional, alojando-os no uso dos recursos de afastamento e de aproximação, ambos devidamente apoiados pelos efeitos de realidade

Tabela 1: Distribuição do corpus nos formatos informativos e opinativos em Jornal da Band e Jornal Nacional:

Formato	**Jornal da Band**	**Jornal Nacional**
Reportagem (informativo)	62	72
Nota (informativo)	11 de locutor 33 cobertas	28 de locutor 23 cobertas
Comentário/Crônica (opinativo)	30	4
Indicador (informativo)	9	26

A tabela nos mostra uma acentuada diferença entre os números das categorias Nota de Locutor, Comentário/Crônica e Indicador entre ambos os telejornais. De antemão, principalmente levando em conta a comparação entre os formatos Comentário/Crônica e Indicador, é possível verificar uma tendência maior de Jornal da Band ao tratamento subjetivo das informações, partindo do dado de que o formato Comentário/Crônica é quase oito vezes mais freqüente neste telejornal. Já o Indicador é cerca de três vezes mais freqüente em Jornal Nacional, o que sinaliza o uso mais freqüentemente da oportunidade de tratar objetivamente as informações.

3 Recurso de afastamento: efeitos de objetividade

O efeito de afastamento da instância enunciativa em relação ao texto se dá no ato de firmar o sujeito na terceira pessoa, de modo que a personagem do repórter/apresentador fale de algo ou alguém, não aparecendo como um “eu” no texto. Esse afastamento se dá no sentido de conferir objetividade à narrativa. Conforme vimos, essa característica é potencializada por verbos em terceira pessoa, impessoais e indicadores de estado.

Destaque numérico na tabela, os Indicadores são forçosamente associados à idéia de exatidão e de certeza. O efeito de realidade da representação visual dos dados parece ser a opção para que a informação angarie mais credibilidade. No exemplo abaixo, observam-se convenções matemáticas no uso do sinal representativo da operação de adição (“+”), para indicar o acréscimo no valor do dólar, o sinal de igualdade(“=”), para demonstrar a comparação entre as moedas norte-americana e brasileira, além do sinal de subtração (“-”), para indicar queda da Bolsa.

Além desses recursos, ao infográfico é acrescentada a representação de duas setas, que, significando “para baixo” e “para cima”, ilustram a situação de queda e elevação. O sentido pedagógico do infográfico faz com que, no contexto comunicativo,

o texto visual praticamente prescinda do texto verbal, que acrescenta diferentes dados referenciais que dizem respeito a informações de um outro campo, o mercado financeiro.

Figura 1: O valor monetário do dólar e das variações de uma das bolsas de valores brasileiras

Fátima Bernardes: No mercado financeiro, o dólar subiu hoje para dois reais, um, quatro cinco, e a Bovespa caiu. A Agência de Classificação de Risco *Moods* elevou a nota brasileira. Significa um aumento da confiança da Agência em investimentos estrangeiros no país.

Aqui, o texto verbal legitima o fato de que o jornalismo funciona como um grande texto no interior do qual interatuam diversos campos do conhecimento humano, ou partes deles, no intuito de se produzir um novo todo de sentido completo e fundamentado (PERUZZOLO, 2004). Essa heterogeneidade discursiva, que congrega temáticas de áreas distintas para fortalecer o enunciado confere realidade aos enunciados produzidos, no objetivo final de que se constitua o efeito de credibilidade. Prova disso é a necessidade preconizada no campo jornalístico no sentido de que se façam uso e citação das fontes. E por essa característica de agregar, em seus objetos noticiosos, partes de outros diversos campos do fazer humano é que o discurso do campo jornalístico nasce como "um trabalho sobre outros discursos" (MAINGUENEAU, 1993, p. 120).

Num mais intenso uso de gráficos, a editoria de política destaca-se como indicador mais freqüente em Jornal Nacional. A maioria dos exemplos encontra-se na edição de 30/09. Nela, a todo momento, são lançados os resultados de pesquisas de opinião, de maneira a produzir um efeito de antecipação do pleito que elegeria os novos governadores dos Estados e o novo presidente do Brasil. Em verdade, a pesquisa eleitoral é apenas uma previsão, pode não se concretizar. Contudo, por meio de falas em tom de voz firme e sem titubeios, e apoiados em textos anteriores e posteriores que falam da agenda dos candidatos, além de escândalos políticos envolvendo o candidato

Luís Inácio Lula da Silva, é criada toda uma cena dramática, em que cada um desses elementos circundantes funciona como um núcleo-problema dentro da narrativa do texto englobante. Observa-se que – enquanto fala em terceira pessoa – a postura do apresentador é onisciente.

Figura 2: Editoria de política concentra os indicadores mais freqüentes em Jornal Nacional

Fátima Bernardes (*off*): Se as eleições fossem hoje, Lula teria 49% dos votos válidos. Considerando-se a margem de erro, teria entre 47 e 51%.Geraldo Alckmin teria 37%. Considerando-se a margem de erro, teria entre 35 e 39%. Heloísa Helena teria 9%. Considerando-se a margem de erro, teria entre 7 e 11% dos votos válidos. Cristóvam Buarque tem 3%. NA margem de erro teria entre 1 e 5%. Os outros candidatos somados, 2%. O Ibope ouviu 3010 eleitores em 200 municípios entre ontem e hoje. A pesquisa foi registrada no Tribunal Superior Eleitoral.

Números, nomes, datas, porcentagens. Esses elementos confirmam, agora na editoria de política, a construção do efeito de realidade em meio a uma narrativa objetivada pelo enquadre em plano médio e pelo texto verbal em terceira pessoa. Mas em meio a toda essa hetero-referencialidade, o enunciador mostra-se no momento em que delega ao locutor (uma personagem criada por ele próprio), o papel de – em terceira pessoa – referenciar a pesquisa como tendo sido pedida pela TV Globo. Nesse momento, o enunciador se coloca, em linguagem indireta, como um dos pilares na protagonização do fato que dá origem à notícia. Trata-se de um modo de dar "ênfase na própria auto-referencialidade, em que explicita as operações com que institui a realidade que constrói (...) seu modelo de enunciação chama atenção para o protagonismo e para a própria testemunhalidade do trabalho do suporte" (FAUSTO NETO, 2006, p. 52-3). Esses sentidos são configurados pelo fato de que tudo o que está sendo noticiado nesse momento dependeu de um primeiro ato, anunciado de um modo que reforça o sistema de vínculos e crenças no dispositivo informante: a encomenda feita pela TV Globo ao Ibope.

4 Recursos de aproximação: efeitos de subjetividade

Se o afastamento do sujeito enunciador com relação ao texto confere objetividade à narrativa, sua aproximação colabora para o efeito de subjetividade. E é vasto o rol das marcas textuais que denunciam a presença dos sujeitos da instância enunciativa; destacam-se os verbos em primeiras e segundas pessoas, os pronomes possessivos e demonstrativos os advérbios (de modo principalmente), os ajuizamentos e os efeitos de interlocução, além da mostra de expressões faciais fortemente avaliativas e parciais.

Em Jornal da Band e Jornal Nacional, a subjetividade é mais bem marcada, podendo ser vista até mesmo como rotineira. Destacam-se como mecanismos de inserção do enunciador os comentários uniformemente distribuídos ao longo de todo o corpus. Na espontaneidade da personagem locutora do apresentador, a instância enunciativa encontra um verdadeiro dispositivo para firmar presença no texto. Isso porque toda sua subjetividade atua no texto indiretamente, já que se utiliza do "escudo" em que são transformadas as personagens que assumem verbal e iconicamente esse lugar de fala.

Entre os 30 comentários contabilizados na tabela 1 – feitos por personagens como Boechat, Franklin Martins, mas em sua maioria assumidos por Joelmir Beting – alguns são subseqüentes, formando espécies de grupamentos de opiniões. Personagem em torno da qual forma-se uma atmosfera de intelectualidade, Beting é geralmente mostrado em câmera fechada (*close*) e pode ser considerado o exemplo mais típico do jornalista como auto-referência (FAUSTO NETO, 2006) na estrutura do dispositivo.

Forma-se uma imagem simbólica que agrega considerável credibilidade ao texto a ele atribuído na estrutura global da edição, ainda que faça uso de expressões coloquiais e explicitamente críticas. Seus comentários são interpostos a uma série de reportagens e notas modalizadas de acordo com os tradicionais critérios de objetividade. Essa alternação constante entre afastamento e aproximação – e conseqüente variação entre os tons de formalidade e de informalidade – confere uma periódica descontração à narrativa de Jornal da Band.

Na edição de agosto, são fortes os tons irônico e profético, potencializados por recursos como a intertextualidade, que liga alguns assuntos da edição a temas polêmicos conhecidos previamente pelo público. O exemplo a seguir se refere a uma reportagem sobre o resgate de uma das obras de arte mais famosas do mundo, o quadro O Grito.

Chama atenção o efeito da heterogeneidade discursiva, no uso de metáforas e hipérboles que intensificam a narrativa:

Beting: Grito de espanto mesmo é o do contribuinte brasileiro (...) O refresco dos impostos, que baixaram, foi destroçado pelo impacto dos tributos, que subiram.

Já no trecho abaixo, que encerra uma reportagem sobre o PIB brasileiro. É evidenciada a ironia, no uso de uma metáfora para comparar a força da economia brasileira à dos conhecidos "Tigres Asiáticos". Por fim, a partícula "né", efeito de interlocução, insere telespectador:

Beting: A economia brasileira é um tigre na jaula há mais de 15 anos, então o tigre na jaula é uma anta, né?!

O "né", nesse caso, sacramenta o tom informal imputado ao discurso. Muito comum nas conversações diárias, essa expressão é raramente empregada em telejornais, principalmente em assuntos referentes a *hardnews*, política e economia.

O próximo comentário avalia a reportagem anterior, sobre técnicas de autodefesa feminina. É aludido um episódio esportivo amplamente divulgado: Zidane, jogador da seleção francesa de futebol que, na final da Copa do Mundo de 2006, cabeceou um adversário. As personagens dos apresentadores aparecem num plano geral, que contextualiza o tom informal.

Figura 3: O comentário que parece estar "fora do *script*"

Boechat: Joelmir, eu não sei se a Nadja vai concordar, mas alguns daqueles golpes ali, a joelhada, por exemplo, além de ser <u>um golpe baixo</u>, é um golpe clássico, antigo...

Beting: Então a cabeçada do Zidane também ajuda, hein?!

Observam-se marcas que dão transparência à estratégia de aproximação do enunciador em relação ao texto, a começar pelo emprego da primeira pessoa do singular – "eu" – com a correspondente conjugação verbal – "sei". Também, na denominação "golpe baixo" – a expressão "baixo" pode ser interpretada tanto como parte do nome popular do referido golpe, reconhecido como aquele aplicado em alguma região da parte

inferior do corpo humano (abaixo da linha da cintura), como pode se tratar de uma qualificação feita pela personagem. Isso dá margem às mais diversas polissemias de sentido a que a expressão se presta, incluindo possibilidades de interpretação da expressão tais como "golpe desleal" ou "golpe traiçoeiro".

No trecho analisado no último exemplo, temos ainda uma outra marca discursiva que torna transparente a estratégia de aproximação do enunciador em relação ao dito. No uso da expressão "cabeçada do Zidane", seguida da interjeição "hein" dita com uma entonação que denota uma exclamação, é interessante constatar que o tom informativo se mantém, mesmo que a situação que pareça imersa numa atmosfera de informalidade. Observa-se, ainda, que mesmo que a cena tenha sido feita num ângulo de visão que utiliza o *plongée* – confirmando a subjetividade do discurso, as vestes de corte reto e cores sóbrias, aliadas à cor azul do estúdio e à disposição das personagens dos apresentadores no tradicional platô, são dados icônicos que asseguram a seriedade à narrativa. Sobre os platôs, inclusive, colabora a perspectiva de Duarte (2007, p. 51), quando a autora reflete sobre a ordinária disposição dos apresentadores de telejornais junto a bancadas imponentes. Para ela, "essa posição de superioridade assinala quem, nesse contexto, detém a informação e conseqüentemente o poder".

4 Conclusões

Com base nas discussões e análises, é possível verificar o modo como as imagens potencializam os efeitos de realidade, verdade e ubiqüidade dos textos, agindo como convenções inquestionáveis na representação do "mundo real". Mesmo em textos com predominância verbal, movimentamos suas iconizações das coisas ditas. Assim, sentidos iconocinéticos funcionam pelo visto e pelo dito. Em se tratando de discurso informativo audiovisual, crescem as possibilidades de intra e interdiscursividade, na congregação das inúmeras as vozes que falam em cada entrelinha, e os quase sinestésicos sentidos engendrados.

No telejornal – assim como na telenovela – o narrador assume postura onisciente, incorporado ao apresentador/repórter, que direciona a edição. A partir da ancoragem do texto em dados empíricos, sejam as próprias imagens (principalmente as indiciais) de pessoas ou lugares, sejam dados estatísticos de órgãos reconhecidos ou declarações oficiais ou populares, a enunciação dá lugar a vozes que a corroboram em seus direcionamentos.

Desde a costumeira visada subjetiva em cada comentário ou crônica de Jornal da Band, até o incansável recurso aos meios para manter a objetividade em Jornal Nacional, o foco não me parece ser somente o ato "desinteressado" de manter o telespectador informado, mas também consolidar modelos de informar que diferem, mas que contam com elementos contextuais que asseguram a plausibilidade de cada edição e consolidam modos de ver, atuações sobre os dispositivos e que condicionam cada produto a produzir sentidos por meio de canais diversos, mas adaptados a cada manejo enunciativo.

Os recursos de referencialidade, apoiadores da narrativa em meio ao afastamento ou aproximação, encarregam-se de construir parte significativa da credibilidade jornalística, mesmo que o suporte audiovisual da informação permita diversas possibilidades de entrada subjetiva do enunciador. As discussões e análises aqui traçadas apontam, inclusive, que a subjetividade acaba ganhando maior espaço do que admitem os produtores e veículos da informação telejornalística. Afinal de contas – e basta lembrarmos aqui a discussão sobre o quarto *bios* movimentada por Sodré – em termos de estudos telejornalísticos, contribui com uma capacidade modalizadora que permite a criação de toda uma atmosfera em que os acontecimentos são todos justificáveis e plenamente coerentes, de acordo com a gramática discursiva vigente.

Bibliografia

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

BITTENCOURT, Luis Carlos. **Manual de Telejornalismo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1993.

CAMARGO, Isaac Antonio. **A instantaneidade do discurso em mídia cinética**. In: UNIrevista – vol. 1, nº 3. São Leopoldo: UNISINOS, julho de 2006. 10 p.

_____. O uso da fotografia e a construção do objeto noticioso na edição da mídia impressa. In: FAUSTO NETO, Antônio; HOHLFELDT, Antônio; PRADO, José Luiz Aidar e PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **Práticas Midiáticas e Espaço Público**. Coleção Comunicação 10 (Compós Volume 1). Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

CARLÓN, Mario. El lugar del dispositivo en los estudios sobre televisión. In: **Sobre lo televisivo (dispositivos, discursos y sujetos)**. Buenos Aires: La Crujía, 2004.

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

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Dos telejornais: entre temporalidades e tons**. In: XV Encontro da Compós. Unesp, Bauru, SP, em junho de 2006. (13 p.)

_____. Telejornais: incidências do tempo sobre o tom. In: DUARTE, Elizabeth B.; CASTRO, Maria Lilia Dias. **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

FAUSTO NETO, Antonio. Mutações nos discursos jornalísticos: Da 'construção da realidade' à realidade da construção'. In: FELIPPI, Ângela; PICCININ, Fabiana; ZOSTER, Demétrio Azeredo. **Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

HACKETT, Robert A. Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objectividade nos estudos dos *media* noticiosos. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"**. Lisboa: Vega, 1993. (p. 101-30).

LIMA, Ivan. **A Fotografia é a sua linguagem.** Rio de janeiro: Espaço e tempo, 1988.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Ed. Unicamp, 1993.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2002.

PERUZZOLO, Adair C. **Comunicação como Encontro.** São Paulo: Edusc, 2006.

_____. **Elementos de semiótica da comunicação**. São Paulo: Edusc, 2004.

REZENDE, Guilherme J. **Telejornalismo no Brasil**. São Paulo: Summus, 2000.

SCHUDSON, Michael. A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"**. Lisboa: Vega, 1993. (p. 278-93).

SODRÉ, Muniz. **O ethos midiatizado. In: Antropológica do Espelho**. Por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. (p. 11-82).

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"**. Lisboa: Vega, 1993. (p. 75-90).

VERÓN, Eliseo. Quando ler é fazer: a enunciação no discurso da imprensa escrita. In: VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2005.

_____. **Que se vê do mundo? Imagens no discurso da informação**. 1989. Tradução de Adair Caetano Peruzzolo, professor do Curso de Comunicação Social: CCSH, UFSM. Para uso exclusivo do grupo PET Comunicação.

_____. **A produção de sentido**. São Paulo: Cultrix, 1980.

VILAFAÑE, Justo. **Introducion a la Teoria de la Imagem.** Tercera edición. Madrid: Ediciones Piramide, 2000.

VILCHES, Lorenzo. **La lectura de la imagem: prensa, cine, televisión.** Buenos Aires: Paidós, 1988.

WEAVER, Paul. As notícias de jornal e as notícias de televisão. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"**. Lisboa: Vega, 1993. (p. 295-305).