



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**TELEJORNALISMO NA ERA DA CONVERGÊNCIA DAS
MÍDIAS: EM CENA O JORNAL NACIONAL**

NATALIA SALES DOS SANTOS

RIO DE JANEIRO

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**TELEJORNALISMO NA ERA DA CONVERGÊNCIA DAS
MÍDIAS: EM CENA O JORNAL NACIONAL**

Monografia submetida à Banca de Graduação como
requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

NATALIA SALES DOS SANTOS

Orientadora: Prof. Dra. Marialva Carlos Barbosa

RIO DE JANEIRO

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Telejornalismo na era da convergência das mídias: em cena o Jornal Nacional**, elaborada por Natalia Sales dos Santos.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Prof. Dra. Marialva Carlos Barbosa
Doutor em História pela Universidade Federal do Fluminense - UFF
Departamento de Expressão e Linguagens - UFRJ

Prof. Dr. Igor Sacramento
Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação - UFRJ
Pesquisador da FIOCRUZ e Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ

Profa. Dra. Beatriz Becker
Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Expressão e Linguagens - UFRJ

RIO DE JANEIRO

2017

FICHA CATALOGRÁFICA

SANTOS, Natalia Sales.

Telejornalismo na era da convergência das mídias: em cena o
Jornal Nacional, 2017.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação
– ECO.

Orientadora: Marialva Carlos Barbosa

SANTOS, Natalia Sales. **Telejornalismo na era da convergência das mídias: em cena o Jornal Nacional**. Orientadora: Marialva Carlos Barbosa. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

O estudo a seguir pretende analisar as mudanças que o *Jornal Nacional*, o telejornal de maior audiência do país, vem passando ao longo dos anos. A intenção é perceber de que forma a convergência das mídias, dos dispositivos e dos meios influenciam nessas reconfigurações. Além disso, essa pesquisa busca refletir de que maneira a programação da TV, no papel de enunciador, se reinventa para alimentar a demanda do público, que agora tem novas experiências como receptor. Outro aspecto é o futuro da televisão frente aos novos costumes da audiência, verificando a sua centralidade como mídia e meio influenciador. Para tal, a pesquisa traz uma breve trajetória da televisão, contextualizando os momentos, e o surgimento do *Jornal Nacional*. Como embasamento teórico do tema proposto, abordamos o conceito de convergência midiática e a análise de alguns autores sobre os novos formatos dos telejornais. O estudo incluiu a análise de dois momentos do telejornal, buscando investigar elementos decorrentes dessa reconfiguração no formato e na linguagem, para acompanhar as inovações e garantir a fidelidade do seu público.

“A persistência é o menor caminho do êxito.”
(Charles Chaplin)

AGRADECIMENTOS

Gostaria de começar agradecendo aos maiores idealizadores de qualquer sonho que eu tenha tido até aqui: meus pais! Mais que amigos, são a base de tudo. Acreditaram no meu potencial desde o início dessa caminhada e não mediram esforços para que as coisas dessem certo. Pai e Mãe, vivemos juntos essa conquista e esse sonho incrível!!! Obrigada!

Ao meu irmão Renato, que, longe ou perto, se fez presente nas conversas e conselhos. Torceu junto conosco para que essa caminhada fosse de sucesso.

A Deus, aos orixás e todas as energias divinas que caminharam ao meu lado nesses anos, desde que pisei em terras cariocas, me guiando, protegendo e abençoando cada passo, cada minuto e cada dia.

À minha vó Maria, que acompanhou parte dessa caminhada, mas hoje vive em outras moradas. O carinho de vó mais doce que eu pude conhecer.

À minha família: tios, tias, primos e primas.

Aos amigos de São Paulo, com quem eu partilhei histórias antes de vir pro Rio.

À minha orientadora, que, com carinho espontâneo, andou comigo desde os primeiros passos nas matérias da graduação até ao final desse trabalho, com muita paciência e sabedoria. À sua família, que foi dividida comigo partilhando afetos. À minha amiga Maria Lívia, um carinho sincero e uma companhia sem igual.

Às minhas grandes amigas Diane Dias e Thais Scarlet, comigo desde o primeiro dia de Rio de Janeiro e UFRJ, dividindo experiências da sala de aula e os melhores momentos que vivi nesses anos. Sem vocês essa caminhada seria incompleta!

À Julia Sette, Julia Parente, Marina Menezes e Camila Wunderlich, amizade despreziosa que chegou de repente cheia de carinho e companheirismo.

Ao time de basquete da Atlética, que me proporcionou momentos em quadra, uma paixão que cultivo desde pequena, além dos momentos marcantes nos jogos universitários.

Aos meus professores, todos aqueles que acreditaram no meu potencial e que colaboraram com qualquer aprendizado na minha vida escolar, do ensino fundamental e médio, ao cursinho: foi essencial para a minha formação e para que eu chegasse até aqui.

À UFRJ e à Escola de Comunicação (ECO). É realmente um privilégio que deveria ser acessível a todos, a educação pública, gratuita e de qualidade. A UFRJ me deu muito mais que um diploma, me deu uma formação humana pautada no pensamento crítico e valores éticos. Deixo aqui o meu muito obrigada a cada professor da graduação!

Ao Rio de Janeiro, ao samba, à Pedra do Sal e à Lapa, vivi instantes de alegria intensa que marcaram a minha vida e com certeza sentirei saudades. O Rio de Janeiro é lindo!!!

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. TELEVISÃO E JORNALISMO: CONFIGURAÇÕES HISTÓRICAS	14
2.1. O <i>Jornal Nacional</i> entra em cena	16
2.2. Inovações e avanços tecnológicos	20
3. LINGUAGEM E TELEJORNALISMO	27
3.1 A linguagem do telejornal.....	27
3.2 A linguagem do <i>Jornal Nacional</i>	33
4. A CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS E O TELEJORNALISMO	39
4.1. Convergência na cena da Globo	43
4.2. Visualidades do <i>Jornal Nacional</i> : cenários de transformação.....	46
5. O JORNAL NACIONAL: DA SALA DE VISITAS AOS PASSEIOS DIANTE DO PÚBLICO	51
5.1. <i>Jornal Nacional</i> e as Olimpíadas.....	52
5.2. <i>Jornal Nacional</i> , século XXI: convergência midiática e cenário tecnológico. ...	57
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	66
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA.....	68

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Cid Moreira e Sérgio Chapelin, em 1980 e 1994	23
Figura 2 - William Bonner e Renata Vasconcelos, em 2016	25
Figura 3 - Sessão “vc no JN” no <i>site</i>	52
Figura 4 - Renata Vasconcelos e Galvão Bueno, no estúdio do JN no Parque Olímpico ..	53
Figura 5 - Quadro da previsão do tempo, com Maria Julia Coutinho.....	54
Figura 6 - Animação dos créditos remetendo às cores dos arcos olímpicos	55
Figura 7 - Nova redação e novo prédio do Jornal Nacional	59
Figura 8 - Nova redação e novo prédio do Jornal Nacional	59
Figura 9 - William levanta em <i>link</i> ao vivo com repórter	60
Figura 10 - Nova animação nos créditos do telejornal	60
Figura 11 - Arte gráfica no novo cenário da redação, com telões que proporcionam a sensação de perspectiva	62
Figura 12 - Arte gráfica no antigo cenário	63

1. INTRODUÇÃO

O objetivo dessa pesquisa, com tema centrado no telejornalismo, suas reformulações e interações com as novas mídias, é investigar e refletir as formas como esse meio de comunicação, quase 70 anos após seu surgimento, procura, através de reconfigurações na sua linguagem, se renovar para acompanhar o avanço das tecnologias e, principalmente, garantir a audiência.

No século XXI, o surgimento das novas mídias, com amplo uso da conectividade e interatividade em dispositivos móveis, como *smartphones*, *tablets* e até mesmo o acesso à internet por computadores, propiciou novas experiências para o jornalismo e para a informação. Essas transformações causaram inquietações sobre o futuro da televisão e seus formatos de programações. Alguns pesquisadores chegaram, inclusive, a concluir que esse era o fim da televisão como centralidade no meio midiático e, também, o de maior influência. Segundo dados¹ do IBGE, em 2014, a televisão estava presente em 97,1% dos 67 milhões de domicílios, o que demonstrava ainda, um crescimento de 2,9% em relação ao ano anterior. Em 2000, a mesma pesquisa² identificou que o número de domicílios com rádio era superior aos com televisores, com 87,9% e 87,2%, respectivamente.

O acesso a internet, apesar de crescente, ainda é inferior ao número de televisores, o que nos dá pistas da força da televisão como meio de comunicação. Mas os dispositivos móveis não só alteraram os modos de acesso à informação como também as formas de acessar à internet, uma vez que além dos computadores, eletrônicos como *smartphones*, *tablets* e *videogames* também podem ser usados como meios de acesso. Segundo dados³ da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), em 2015, 57,8% dos lares teve acesso à internet, desses, cerca de 40,5% dos domicílios se conectaram por meio do computador e 17,3% com outros eletrônicos. A diferenciação dos tipos de equipamentos usados para conexão começou em 2013, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostrando então, que apenas 5,6% usavam outros dispositivos para acessar à internet, enquanto 42,4% usaram computadores. Essa comparação mostra que o número de

¹ Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-04/ibge-embarcada-ate-amanha-10h-0604> <Acesso em: 21/06/2017>.

² Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2012-04-27/ibge-pela-1-vez-domicilios-brasileiros-tem-mais-tv-e-geladeira-d.html> <Acesso em: 21/06/2017>.

³ Disponível em: <http://www.valor.com.br/empresas/4815696/acesso-internet-cresce-no-pais-puxada-por-smartphones-diz-ibge> <Acesso em: 21/06/2017>.

acesso à internet por computadores vem caindo, em decorrência da acessibilidade dos novos dispositivos.

Seguido à exposição desses dados, que impactam diretamente nessa pesquisa e no interesse pelo tema, outra motivação para essa escolha foi meu gosto pessoal pelo estudo da televisão e do telejornalismo, de grande relevância para a minha escolha pelo curso de Comunicação Social. Meu primeiro contato prático com o tema, além das salas de aula, foi no meu primeiro estágio, em 2014, na TV Band Rio, do Grupo Bandeirantes de Comunicação, como estagiária no setor de apuração, onde tive a primeira experiência profissional na área e pude acompanhar de perto desde a produção das notícias até o momento que o programa ia ao ar. Além disso, a minha participação como ouvinte no Grupo de Pesquisa (GP) de Telejornalismo no congresso Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), realizado na Universidade de São Paulo, em 2016, foi fundamental para delimitar os caminhos de pesquisa para esse trabalho.

A intenção desse trabalho é apresentar conceitos teóricos que analisem as mudanças pelas quais está passando a televisão, nesse momento de interatividade, convergência das mídias e o crescente acesso às redes sociais. A escolha foi por seguir uma análise qualitativa do tema, com base em estudos teóricos de pesquisadores da área, propondo um diálogo dos conceitos com a análise do objeto, verificando e pontuando as mudanças e reconfigurações que o programa, eleito como estudo de caso, o *Jornal Nacional* (JN), vem passando, utilizando também entrevistas dos profissionais buscadas em outros trabalhos para mensurar as mudanças.

A escolha do objeto pelo *Jornal Nacional*, da Rede Globo, foi motivada pelo fato de ser o telejornal de maior alcance na televisão aberta do país, além da trajetória histórica que esse programa possui, muitas vezes se fundindo com a história da comunicação no país, nas últimas décadas. Além de ter sido o primeiro telejornal exibido em rede na televisão brasileira, a audiência do JN é incontestável, mesmo com a oscilação dos números noticiados pela mídia.

Para iniciar a pesquisa, o segundo capítulo aborda a trajetória da chegada da televisão no Brasil, considerando a questão teórica do imaginário televisual, de Barbosa (2010), construído antes mesmo da chegada do meio ao país. Além de uma era marcada pelo imprevisto, era também um momento de novas experimentações por parte do público, acostumado às mídias tradicionais da época, o rádio e o jornal impresso. A televisão seria algo completamente novo, marcado por aprendizados tanto por parte dos profissionais, que

teriam um longo caminho de descobertas pela frente, quanto pelo público, diante de uma tecnologia totalmente nova. Em seguida, a pesquisa traz um breve relato das primeiras emissoras e primeiros programas exibidos, até chegar ao surgimento da TV Globo, e quatro anos depois, do telejornal que viria a ser o carro chefe da emissora e o de maior popularidade da televisão brasileira. O texto, baseado, sobretudo, no livro *Jornal Nacional: a notícia faz história* e nas informações contidas no site Memória Globo, aborda os rumos que tomaram o programa nesses últimos 48 anos, destacando passagens históricas políticas, que levou, inclusive, a sua retratação diante do público. As mudanças estruturais, como a troca de apresentadores, transformações no cenário e, até mesmo, no formato, serão também descritas.

O terceiro capítulo, dividido em duas partes, serve como embasamento para a análise sobre a narrativa do telejornalismo e reflete sobre os elementos da linguagem do telejornal, com base nas pesquisas de Becker (2005) e Gutmann (2014). Os conceitos reforçam a necessidade de pensar essa linguagem a partir dos discursos jornalísticos e de sua construção de sentido sobre a realidade. Gutmann (2014) aponta três elementos de análise da linguagem, são eles: composição audiovisual, performances dos sujeitos de fala e a transmissão direta, as quais explicaremos de forma mais aprofundada no próprio capítulo. Ainda no mesmo capítulo, para servir também como análise do nosso objeto, abordaremos a linguagem do Jornal Nacional, sustentada no livro do âncora do programa, *Jornal Nacional: Modo de Fazer*, da editora Globo, que funciona quase como um manual do programa. Nele, William Bonner descreve aspectos da estrutura interna de produção do programa, objetivos, estratégias e algumas experiências ao longo dos anos que esteve à frente do programa como editor-chefe. Esse subcapítulo também servirá como base para analisar o nosso objeto.

O quarto capítulo é o momento da pesquisa que aborda a convergência das mídias, a era digital e os novos formatos dos telejornais. Tomaremos como base o conceito de convergência de Henri Jenkins (2009), para quem estaria em curso na contemporaneidade uma lógica cultural de embaralhamento dos formatos midiáticos, “onde velhas e novas mídias colidem, onde mídias corporativa e alternativa se cruzam, onde o poder do produtor da mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS *apud* FINGER, 2014, p. 214).

O quinto capítulo, último desse trabalho, apresenta um exercício de análise do objeto, que como já dissemos, é o *Jornal Nacional*. Para apontar as mudanças encontradas

nesse momento de convergência, propomos a análise de dois momentos do jornal. O primeiro é a última semana das Olimpíadas no Rio de Janeiro, em 2016. O objetivo é observar as escolhas do telejornal na cobertura de um evento mundial. Cobertura esta, que marcaria a história, principalmente por ser a primeira vez que o Brasil receberia os jogos. Levado em consideração a relevância do evento, podemos intuir que as escolhas nos formatos e transmissões do telejornal funcionaram como uma espécie de “balão de ensaio” para as mudanças que estariam em curso e que foram determinantes para a mais recente reconfiguração do telejornal, em junho de 2017.

Quase chegando ao final desse trabalho, fomos surpreendidos com o anúncio de uma repaginada completa no *Jornal Nacional*, que ganharia uma nova redação, em prédio construído especificamente para esse fim, o que não tinha ocorrido até os dias de hoje, com novo cenário, completamente tecnológico, com a ênfase de que seria a primeira vez que jornalistas de TV e internet trabalhariam lado a lado integrando as informações de uma mídia e outra. Diante disso, buscamos analisar os aspectos visíveis a audiência, como cenário, performances dos apresentadores, movimentos das câmeras, conteúdos digitais e artes gráficas, que poderiam modificar a experiência do espectador, habituado com um padrão, todos os dias no mesmo horário, em suas casas e agora também em outros dispositivos, mas que de qualquer forma cria uma certa familiaridade com o formato.

Dessa forma, o que poderia ser um dado negativo para o trabalho – já que estávamos considerando inicialmente como emblemáticas as transformações do *Jornal Nacional*, ocorridas em abril de 2015 -, se transformou num exercício de tentar analisar o que está ainda em curso, produzindo uma reflexão sobre mudanças que estão sendo implantadas nesse momento. Nesse sentido, pode-se capturar transformações ainda em processo, sem que tenham chegado a um fim provisório, e mostrar que mesmo os momentos de ruptura nos processos históricos guardam sempre as marcas das permanências anteriores.

2. TELEVISÃO E JORNALISMO: CONFIGURAÇÕES HISTÓRICAS

A década de 50 do século XX representa um marco no que se refere à relação comunicação e tecnologia. Com a chegada da televisão no Brasil, o modo de fazer e pensar as programações ganham novos significados. O público, acostumado até então ao rádio, agora teria uma experiência inédita ao ver TV. Em 1944 quando começaram os rumores da sua implantação no Brasil, a televisão foi considerada como “uma nova ciência para um novo mundo”⁴. Antes mesmo da sua chegada, a televisão gerou muitas expectativas e “exacerbou a imaginação em torno das possibilidades de reprodução em imagens do que era captado pelo olhar humano” (BARBOSA, 2010, p. 16). Diante dos rumores, “muitos já ouviam falar de televisão, mesmo antes de ver a televisão”.⁵

Imersa numa imagem de sonho, na qual aparece materialmente como próximo ao rádio e ao cinema, um misto dos dois, a televisão antes de ser materialidade povoou o imaginário da população, criando o que estamos chamando de imaginação televisual (BARBOSA, 2010, p. 16).

Segundo Barbosa (2010), as imagens exibidas pela TV constroem um padrão identitário e permitem a produção da imaginação. Nesse sentido, a televisão transforma as imagens em função da imaginação do seu público. Dessa forma, antes mesmo de a televisão chegar, ela já povoava o imaginário do público.

A televisão chegou ao Brasil no dia 18 de setembro de 1950, em estúdios com baixos recursos parcialmente instalados em São Paulo e grande parte deste feito foi responsabilidade de Assis Chateaubriand (MATTOS, 2010, p. 23), que não mediu esforços na corrida em direção a uma inovação tecnológica que revolucionaria a comunicação no país. A transmissão ocorreu no saguão do prédio dos Diários Associados⁶, pela primeira emissora brasileira TV Tupi Difusora de São Paulo, que já vinha realizando testes desde abril daquele mesmo ano.

O primeiro momento foi uma fase de experimentação, sobretudo marcada pelo imprevisto e pelas novas descobertas de linguagem (BARBOSA, 2010, p. 17). Esse novo

⁴ A reprodução da frase consta de um anúncio analisado no texto *Imagem televisual e os primórdios da TV no Brasil*, de Marialva Barbosa (2010, p. 15).

⁵ *O Cruzeiro* apud BARBOSA, 2010, p. 16.

⁶ Os *Diários Associados* começou a ser estruturado, em 1925, com a criação de *O Jornal*, o primeiro veículo do que mais tarde viria a se constituir como o grupo de mídia *Diários Associados*, que nas décadas de 1950/1960 era o maior conglomerado midiático do país, com dezenas de jornais, revistas (por exemplo, a revista *O Cruzeiro*), emissoras de rádio e que seria responsável pela estruturação das primeiras emissoras de televisão no país. Sobre o tema cf. BARBOSA (2007).

artefato tecnológico possibilitaria que imagens do mundo estivessem ao alcance do público, reunido agora na sala de visitas e que no futuro seriam chamados de telespectadores. A sala de visitas como o local de experiência do *ver TV*, é vivenciada junto com a ideia de comodidade e coletividade.

A televisão deve ocupar um lugar coletivo da casa, no qual se reunirão pessoas próximas para assistir, em conjunto, àquilo que naquele instante era possível: as transmissões produzidas em estúdio ou a difusão de filmes. Ações compartilhadas, o ato de *ver com* está, pois, inscrito desde os primórdios na maneira como o público deveria se relacionar com o meio (BARBOSA, 2010, p. 24).

O primeiro telejornal transmitido na televisão brasileira, *Imagens do Dia*, na TV Tupi Difusora de São Paulo, foi ao ar um dia depois da cerimônia de inauguração da televisão. O apresentador era o jornalista Maurício Loureiro da Gama⁷, o formato tinha narração em *off* e um texto em estilo radiofônico, com algumas notas e imagens em preto e branco e sem som (PATERNOSTRO, 2006, p. 37). Segundo Marialva Barbosa (2010), o rádio era o meio de massa por excelência através do qual o público buscava informação e entretenimento. Partindo desse argumento é possível entender o porquê do estilo radiofônico estar tão presente nos primórdios do telejornalismo.

Outros dois telejornais são considerados marcos na história do telejornalismo do Brasil: o *Jornal de Vanguarda* e o *Repórter Esso*. Criado por Fernando Barbosa, em 1963, o *Jornal de Vanguarda* foi ao ar primeiro na TV Excelsior, depois seguiu por vários canais, entre eles a TV Tupi e TV Globo.⁸ O seu formato “rompeu com a linguagem tradicional dos telejornais ao imprimir um tom coloquial ao discurso de seus apresentadores, em contraposição ao formalismo estabelecido até então”.⁹ Para Paternostro (2006) o programa inovou, pois tinha vários locutores (inclusive Cid Moreira, que mais tarde seria apresentador do *Jornal Nacional*) e comentaristas, além disso, tinha um visual dinâmico e um jornalismo que abandonava o estilo radiofônico. Em 1968 o jornal saiu do ar por dificuldades enfrentadas com a censura.

⁷ Embora estejamos considerando Maurício Loureiro da Gama como o apresentador do primeiro telejornal transmitido pela televisão brasileira, não há um consenso entre os autores sobre esse fato: alguns afirmam ter sido Ribeiro Filho, outros apontam Maurício Loureiro Gama, e outros ainda citam Ruy Rezende.

⁸ Informações retiradas do site Memória Globo, disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-de-vanguarda/evolucao.htm> <Acesso em: 21/04/2017>.

⁹ Informações retiradas do site Memória Globo, disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-de-vanguarda/formato.htm> <Acesso em: 21/04/2017>.

O *Repórter Esso*, também da TV Tupi, foi ao ar em 1952¹⁰, onze anos depois da sua primeira edição no rádio, e foi exibido por 18 anos na televisão¹¹. O programa levava o nome do seu patrocinador, a Esso, prática comum naquela época, que interferia na sua elaboração e até mesmo na orientação dos jornais por parte das agências responsáveis pelas contas publicitárias da marca (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 18). A abertura do noticiário ficou famosa e o programa se perpetuou na história do jornalismo como um dos de maior sucesso da trajetória da televisão brasileira: “Aqui fala o seu Repórter Esso, testemunha ocular da história” (PATERNOSTRO, 2006, p. 37).

2.1. O Jornal Nacional entra em cena

O *Jornal Nacional*, o primeiro telejornal brasileiro a ser transmitido em rede nacional, foi ao ar pela primeira vez no dia 1º de setembro 1969, quatro anos depois do surgimento da TV Globo, em meio ao período mais dramático da ditadura militar. Há que se registrar que a entrada em cena do jornal se deu meses após o Ato Institucional nº 5 ter sido promulgado, em 13 de dezembro de 1968, e, com ele, a censura mais acirrada aos meios de comunicação, provocando uma pressão inominável a todas as manifestações culturais e jornalísticas. A televisão, como não poderia deixar de ser, não ficaria livre de suas consequências (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 35)¹².

A princípio foi pensado em um formato para competir com o *Repórter Esso*. O noticiário fazia parte de um projeto que dava o pontapé inicial para transformar a Globo em uma rede - o que até então não existia no país - por um sistema de micro-ondas que ligaria a torre de transmissão ao estúdio por sinais (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 28). A vantagem desse novo projeto era produzir uma programação uniforme para os estados brasileiros.

Hilton Gomes: “O Jornal Nacional, um serviço de notícias integrando o Brasil novo, inaugura-se neste momento: imagem e som de todo o Brasil”.

Cid Moreira: “Dentro de instantes, para vocês, a grande escalada nacional de notícias” (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 24).

¹⁰ Há controvérsias sobre a data que foi ao ar o *Repórter Esso*. Segundo Matos (2010) o telejornal estreou na TV em 1952, porém, para Paternostro (2006) o programa teve início em 1953.

¹¹ Informações disponíveis em: <http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/testemunha-ocular-da-historia-reporter-esso-fez-sucesso-no-radio-na-tv-19930939> <Acesso em: 23/04/2017>.

¹² As consequências do AI5 não foram iguais para todos os meios de comunicação. No caso da televisão e mais especificamente da Rede Globo é preciso considerar a sua aliança com os governos militares que, para alguns autores (BRITOS & BOLAÑO, 2005), significou inclusive o sucesso e o crescimento da emissora.

A escalada¹³ nacional trazia logo no início do programa quais seriam os principais assuntos exibidos naquela edição, além disso, o telejornal já abria com notícias factuais e “quentes”. Nota-se aí uma diferença em relação àquele que era então o seu principal concorrente, o *Repórter Esso*, que deixava para o final a notícia de maior impacto. Contudo, diferenças na aplicação da linguagem telejornalística destacavam o *Jornal Nacional* à frente do formato do jornal na TV, apesar de o *Repórter Esso* ter mantido a liderança de audiência nos três anos seguintes após a inauguração do jornal em rede da TV Globo. Enquanto no JN dois apresentadores intercalavam a leitura das manchetes que vinham seguidas de entrevistas, depoimentos e imagens cobertas pela voz do apresentador, o jornal da TV Tupi ainda mantinha a tradição do rádio, com Gontijo Teodoro como um apresentador-locutor que apenas lia o noticiário que vinha pronto da agência *United Press*, responsável por sua distribuição.

Mas a principal diferença entre o JN e o *Repórter Esso* era conceitual. O telejornal do Globo apresentava matérias testemunhais, com a fala dos entrevistados. Armando Nogueira explica: "O que caracterizava o nosso jornal era o som direto. O *Repórter Esso* não tinha som direto porque saía embalado da redação do *Jornal do Brasil*, onde funcionava a *United Press*, distribuidora do noticiário, tanto na época do rádio quanto na da televisão. Saía de lá pronto, era só botar no ar. Gontijo Teodoro apenas lia. No nosso telejornal, além de imagens cobertas com áudio do locutor, inseríamos depoimentos, com voz direta, da pessoa falando" (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 34).

O primeiro formato do *Jornal Nacional* tinha duração de 15 minutos, era apresentado de segunda a sábado e havia três editorias: local, nacional e internacional. As manchetes eram curtas e rápidas. O cenário era formado por um fundo azul com as letras do telejornal em amarelo. Segundo Armando Nogueira, diretor de jornalismo e esportes da TV Globo até 1990, o formato com entrevistas e depoimentos deixava o programa com menos notícias que os outros telejornais que não utilizavam os recursos e muitas vezes a direção da emissora cobrava isso em tom de reclamação. “E eu tinha então que explicar que nós estávamos fazendo uma revolução na linguagem televisiva”, explicou Nogueira (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 34).

Os primeiros slogans do programa destacam o pioneirismo da exibição em rede nacional, pontuado como um momento de integração nacional entre os estados brasileiros.

¹³ Escalada são “frases de impacto sobre os assuntos do telejornal que abrem o programa”. Geralmente possuem frases curtas com dois ou três *takes* das imagens principais (PATERNOSTRO, 2016, p. 203).

No início trazia a mensagem “A notícia unindo seis milhões de brasileiros” e, em 1972, quando já havia se tornado líder em audiência “Três anos de liderança integrando o Brasil através da notícia” (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 34). A rigor, a ênfase à integração nacional fazia parte de uma estratégia mais ampla que favorecia aos interesses do regime ditatorial, uma vez que era central na construção de um imaginário sobre o país uma espécie de reinvenção do nacional, em torno da ideia de integração do Brasil. Além disso, a integração era vista como fundamental para os interesses ditatoriais da Segurança Nacional.

Com isso, estamos afirmando que a Rede Globo serviu aos propósitos militares ao ter como estratégia a criação do discurso da integração nacional, ao mesmo tempo em que era favorecida seguidamente pelos presidentes militares que colocavam os avanços tecnológicos a serviço da expansão da Rede Globo.

A transmissão em rede tornou-se realidade a partir de um grande avanço tecnológico promovido pela Empresa Brasileira de Telecomunicações, a Embratel, que inaugurou a Estação Terrena de Comunicação Via Satélite, uma rota terrestre de sinais de TV, em Itaboraí, no Rio de Janeiro (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 19). A emissão de sinais de TV simultâneos integrando os estados Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e Curitiba, acontecia por um sistema de micro-ondas, que havia sido inaugurado pela Embratel naquele mesmo ano, com o apoio do governo militar e a TV Globo foi a primeira a utilizar a tecnologia. Por outro lado, a geração de uma programação uniforme com um alcance nacional veio de encontro à oportunidade da emissora diminuir os custos de produção dos programas e aumentar a comercialização do espaço publicitário (BARBOSA & RIBEIRO, 2005, p. 209).

Para realizar o grande projeto de transformar a emissora em rede, Roberto Marinho¹⁴, dono da emissora, levou em consideração que a televisão era um importante meio de integração para uma identidade nacional em formação (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 29). A escolha do telejornal como o primeiro programa exibido em rede pela TV

¹⁴ Roberto Pisani Marinho nasceu dia 3 de dezembro de 1904, no Rio de Janeiro. É filho primogênito de Irineu Marinho, fundador dos jornais *A Noite* e *O Globo*, em 1911 e 1925, que faleceu pouco depois do lançamento do último jornal. Em 1931, aos 26 anos, Roberto Marinho assumiu o cargo de diretor-redator-chefe do jornal. Em 1944, Roberto Marinho inaugurou a Rádio Globo do Rio de Janeiro e, em 26 de abril 1965, a TV Globo. Em 1991, Roberto Marinho lançou a Globosat, empresa que se dedica à produção de conteúdos para canais de TV por assinatura. Roberto Marinho morreu em 6 de agosto de 2003 deixando aos herdeiros um grande conglomerado de meios de comunicação. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/roberto-marinho/sobre.htm> <Acesso em: 25/06/2017>.

Globo é significativa diante do momento político em que o país passava, com forte apelo de integração nacional, ligado à ditadura militar, como já assinalamos anteriormente.

O fato de ter escolhido um tipo de tipologia narrativa – a informativa – para instaurar a emissão em rede pode ser explicado de várias formas. Em primeiro lugar, ao participar do projeto político do Estado, a TV Globo construía, através da textualidade informativa, uma identidade unívoca para o país (BARBOSA & RIBEIRO, 2005, p. 209).

A televisão foi o meio estratégico para promover a integração nacional utilizado pelos militares (RIBEIRO & SACRAMENTO, 2010, p. 113), pois cabia ao telejornalismo, por exemplo, constituir a atualidade imediata, transmitindo para todo o país os temas dominantes na discussão cotidiana (BARBOSA & RIBEIRO, 2005, p. 210). Para Barbosa & Ribeiro (2005), os telejornais da Globo, diante do momento político que o país atravessava, tinham o objetivo de “falar diretamente ao povo” e como resultado imprimir fortes doses de emoção ou apelo aos valores patrióticos (PALHA *apud* BARBOSA & RIBEIRO, 2015, p. 210).

O regime militar, propondo a construção de um ideal de modernidade, baseado no capitalismo monopolista dependente e na exclusão da participação política, utilizou a unificação cultural, como pano de fundo da proposta de integração nacional. E nesse processo a televisão desempenhou papel-chave (BARBOSA & RIBEIRO, 2005, p. 210).

Embora o processo tecnológico da transmissão em rede tivesse sido pensado a partir de um projeto do governo militar, que tinha interesses próprios e, também ter sido amplamente vantajoso para a Rede Globo, que aumentaria sua receita publicitária com menor custo de produção a partir de uma programação em rede, é possível analisa-lo como constituidor de comunidades imaginadas, tal como propõe Benedict Anderson (2008). Ao estarem conectados por uma programação em rede, os brasileiros, mesmo sem conhecer uns aos outros, tinham em mente que estavam todos submersos a um mesmo conteúdo transmitido pela televisão. Forma-se, a partir da sensação de pertencimento a um lugar comum, que constrói a lógica da comunhão e do compartilhamento, uma comunidade imaginada. Inclusive das sensações e dos sentidos.

Ela é *imaginada* porque mesmo os membros da mais minúscula das nações jamais conhecerão, encontrarão, ou sequer ouvirão falar da maioria de seus companheiros, embora todos tenham em mente a imagem viva da comunhão entre eles (ANDERSON, 2008, p. 32).

Nesse sentido, “a igualdade se manifestava ainda pelo fato de as imagens serem iguais para todos os telespectadores, independente de sua posição social, sexo, idade e raça” (SABOGA & FONTES *apud* BARBOSA & RIBEIRO, 2005, p. 211).

Num certo sentido, como destaca Saboga e Fontes, a mídia eletrônica ressignifica os princípios de liberdade e igualdade. Trazendo a sociedade para o espaço privado da casa, a televisão “instaurava uma socialização aparentemente integral, sem barreiras: nem hierarquia, nem controle, nem disciplina” – em casa, cada um era o “senhor” de sua nação imaginada, possuía a “liberdade” de escolher o canal, o programa, a hora de ligar e desligar o aparelho. Dessa forma, sob um regime de repressão como o implantado em 1964, a TV passou a ser a voz, o espaço, a liberdade possível naquele momento (SABOGA & FONTES *apud* BARBOSA & RIBEIRO, 2005, p. 210).

2.2 Inovações e avanços tecnológicos

O *teleprompter* (TP)¹⁵, que começou a ser usado pela Globo em 1971, foi outra novidade que contribuiu para o sucesso do telejornal em novos parâmetros narrativos. “Com o *teleprompter*, o apresentador lê com mais naturalidade e olha direto para o telespectador (reforçando o clima coloquial, a ideia de que o locutor está na sala da casa quase conversando com quem está assistindo)” (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 51). Isso porque antes do TP os apresentadores tinham que ler o texto, que eram mimeografados, alterando o olhar entre a leitura e a câmera.

Para Barbosa & Ribeiro (2005), com a possibilidade de falar diretamente ao telespectador era reforçada a ideia de intimidade. Barbosa (2010), ao considerar o imaginário televisual nos primórdios da televisão faz uma análise sobre o fato de receber as imagens na intimidade do lar e a relação do público com os personagens da TV.

O fato de receber as imagens na intimidade do lar forjava, paradoxalmente, um ideal de intimidade que o público nutria em relação aos seus novos ídolos, agora de posse de uma imagem que presumia a materialidade de seus corpos (BARBOSA, 2010, p. 30).

A chegada da cor ao *Jornal Nacional* ocorreu em 1973 e também foi marcante para o seu sucesso, já que ao produzir reportagens em cores, somado ao uso do *teleprompter*, criava uma sensação próxima do real, o que dava sensação de maior veracidade do telejornal, pois eram reproduzidas imagens “da mesma forma como são captadas pelo olhar

¹⁵ Aparelho situado logo abaixo da câmera que projeta, em letreiros, o texto para ser lido pelo locutor/apresentador.

humano” (BARBOSA & RIBEIRO, 2005, p. 214-215). Para as autoras, a cor é definitiva para a sensação de que o telejornalismo reproduz a realidade.

A primeira transmissão em cores na televisão, em rede nacional, foi a cobertura da Festa da Uva, em Caxias, no Rio Grande do Sul, em 1972. Foi possibilitada também pela Embratel, porém a geração das imagens foi feita pela TV Difusora, com a colaboração técnica TV Rio e o apoio das TVs Gaúcha, Piratini e de Caxias. Para a TV Globo, não interessava investir muito dinheiro num evento de pequeno porte como aquele, mas participou do evento por uma exigência do então Ministro das Comunicações¹⁶, Higino Corsetti, que era gaúcho e queria mostrar a cidade em que morava (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p.51-52).

Segundo Boni¹⁷, em Memória Globo (2005), a transmissão em cores era muito importante para os militares porque significavam um sinal de progresso, mas não era interesse da TV Globo investir na tecnologia naquele momento, já que acabavam de sair do prejuízo e a proposta demandava dinheiro. Porém os militares “forçaram a barra” para que a emissora passasse a produzir programação colorida.

É interessante observar que a introdução da cor naquele momento ia contra os interesses imediatos da TV Globo e se deu por cima da pressão dos militares. A transmissão em cor exigia investimentos, difíceis para a empresa arcar no momento em que começava a sair da fase inicial de prejuízos. Além disso, acreditava-se que sua implantação era prematura, por causa da escassez de aparelhos receptores compatíveis (MEMÓRIA GLOBO *apud* BARBOSA & RIBEIRO, 2005, p. 214).

Em relação à evolução dos equipamentos o avanço tecnológico e o investimento foram fundamentais para o sucesso dos telejornais da emissora. Quando o JN foi ao ar ainda não eram usados os chamados videoteipes (VT)¹⁸, apesar de já existir, era usado apenas pela dramaturgia e pelo entretenimento. Havia muitas dificuldades técnicas, pois eram usados o filme de 16 mm e equipamentos de cinema que eram muito pesados e difíceis de transportar no caso das reportagens de rua. Também foram utilizadas, no início,

¹⁶ A criação do Ministério das Comunicações ocorreu em 1967 e, segundo Mattos (2010), foi importante para a implantação de mudanças estruturais no setor, além de reduzir a interferência de organizações privadas no veículo. Entretanto, facilitou a intromissão política nos meios de comunicação sob a justificativa de controle técnico.

¹⁷ José Bonifácio de Oliveira Sobrinho foi para a TV Globo em 1967 a convite de Walter Clark, então diretor da emissora, para ser diretor de programação e produção da Globo. Permaneceu como consultor da emissora até 2001. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/boni.htm> <Acesso em: 15/05/2017>.

¹⁸ VT é a sigla de Videoteipe, que em inglês significa “Fita de Vídeo”. É o processo eletrônico do registro de imagens, a gravação propriamente dita, em fitas. Esse processo eliminava a necessidade de revelar os filmes, que eram os produtos dos equipamentos anteriores.

câmeras que não registravam o som ambiente, as chamadas “mudinhas”, dos modelos *Bell e Howel* e as *Bolex* (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 29-33).

Nesse sentido, a chegada da câmera *Auricom* foi responsável por uma grande revolução no processo de evolução tecnológica da emissora e também, em grande parte, no telejornalismo. Mesmo que ainda exigisse maior dificuldade ao transportá-los, os novos equipamentos eram sonoros. Essa novidade permitiu que o repórter aparecesse com os microfones nas reportagens, o que também era um fator que propiciaria maior credibilidade ao noticiário. Porém, em 1970, a chegada do modelo norte-americano CP (Cinema Product) melhorou ainda mais a logística para as gravações. Eram mais leves, menores e podiam ser carregadas no ombro, também registravam som, mas, diferente da *Auricom*, o amplificador não era separado e não precisava do operador de som. Esses modelos ainda exigiam a revelação do filme (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 51).

Em 1976, surge mais uma moderna tecnologia que foi decisiva para o projeto da TV Globo: o *Electronic News Gathering* (ENG), pequenas unidades portáteis, dotadas de câmeras leves e sensíveis, transmissores de micro-ondas, videoteipes e sistemas de edição, que permitiam o envio de imagem e som direto do local do acontecimento para a emissora¹⁹, eliminando a necessidade da revelação dos filmes. Mesmo assim, segundo Barbosa & Ribeiro (2005, p. 216), até 1985 ainda existia um número significativo de matérias que eram produzidas utilizando o sistema de revelação e, somente após a desativação dos laboratórios de revelação, nesse mesmo ano, é que o novo sistema foi totalmente implantado.

Como consequência do uso da nova tecnologia “diminui-se o espaço entre a cobertura dos fatos e sua transmissão, reforçando a ideia central do telejornalismo de que o acontecimento é produzido no momento mesmo em que é noticiado” (BARBOSA & RIBEIRO, 2005, p.216). E hoje, com a convergência das mídias, tema que analisaremos mais adiante nessa pesquisa, o imediatismo é então, ainda mais marcante. Até aqui, é possível verificar que a busca por avanços e inovações que ocorreram no Jornal Nacional é sempre no sentido de levar o telejornalismo a uma sensação de maior confiabilidade pela proximidade com o real e ao imediatismo do fato até a publicação da notícia.

Com o novo equipamento o repórter passou a produzir, escrever e apresentar as próprias matérias. Esse modelo consolidou o *Jornal Nacional* e permitiu ao jornalismo da

¹⁹ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/o-jornalismo-eletronico-e-os-reporteres-de-video.htm> <Acesso em: 17/05/2017>.

TV Globo estabelecer “um novo formato narrativo baseado na performance dos repórteres”, que antes aparecia pouco no vídeo, por exemplo, para economizar a película, um material caro utilizado pelas tecnologias do cinema. Os jornalistas agora iam até os locais não só para apurar informações, mas também passaram a gravar a passagem²⁰ das matérias. “Começava a era dos chamados repórteres de vídeo” (BARBOSA & RIBEIRO, 2005, p. 216).

A primeira entrada ao vivo, com ENG, no Jornal Nacional, foi em junho de 1977. A repórter Glória Maria e o repórter cinematográfico Roberto Padula faziam uma reportagem sobre engarrafamento no fim da tarde. Na hora H, o equipamento de luz falhou, e Padula teve de improvisar com os faróis do carro de reportagem. Glória Maria se ajoelhou para que o rosto dela fosse iluminado. Para o telespectador, nenhum susto. A repórter segurava o microfone e dava as informações com correção. Era isso que importava. O repórter tornava-se peça-chave do telejornalismo da Globo.²¹

O jornalismo da Globo também se consolidou internacionalmente, com o investimento em correspondentes e a instalação de escritórios da emissora no exterior. O primeiro foi inaugurado em 1973, em Nova York, inicialmente com três pessoas, mas que passou a contar, no final da década de 1970, com mais de 30 funcionários. No ano seguinte foi aberto o escritório de Londres. Em 1997, Paris e Colônia e cinco anos depois, o de Washington (BARBOSA & RIBEIRO, 2005, p. 217).

A presença do repórter na cena do acontecimento, no Brasil ou no exterior, dava ao noticiário do *Jornal Nacional* caráter testemunhal e, mais uma vez, imprimia credibilidade à narrativa do telejornal. Além disso, criava uma ideia de onipresença da TV Globo, já que através de seus repórteres – organizados em redes de escritórios e afiliadas – a emissora se mostrava capaz de estar simultaneamente em diferentes regiões do país e do mundo. Isso tinha como efeito a produção de uma aura de eficiência e poder, que até hoje é uma das grandes marcas – e um dos maiores patrimônios – da emissora (BARBOSA & RIBEIRO, 2005, p. 217).

Em 1996 outra alteração histórica no telejornal: com mudanças na direção e comando da emissora, Sérgio Chapelin e Cid Moreira, dupla que marcou a bancada do JN, dão lugares a Willian Bonner e Lilian White Fibe. Pela primeira vez a bancada seria

²⁰ “Passagem é a gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações, para ser usada no meio da matéria. A passagem reforça a presença do repórter no assunto que ele está cobrindo e, portanto, deve ser gravada no desenrolar do acontecimento” (PATERNOTRO, 2006, p. 213).

²¹ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/o-jornalismo-eletronico-e-os-reporteres-de-video.htm> <Acesso em: 17/05/2017>.

ocupada por apresentadores jornalistas²², deixando para trás a tradição dos apresentadores locutores e mudando o conceito de apresentação no telejornalismo. Agora, além de apresentadores, os jornalistas também estariam envolvidos com o processo de produção do conteúdo. Cid Moreira, que havia ficado à frente da bancada por 27 anos, passaria a apresentar o editorial de opinião no JN, enquanto Chapelin apresentaria o *Globo Repórter*.²³



Figura 1 – Cid Moreira e Sérgio Chapelin, em 1980 e 1994.

Fonte: Memória Globo²⁴ e GloboPlay

Em 1998, Lilian White Fibe deixa o JN para compor a bancada do *Jornal da Globo*, acumulando também o cargo de editora. Sandra Annenberg assume a bancada ao lado de Bonner em caráter provisório e, após um mês, o telejornal passou a ser apresentado pelo então casal na época, Willian Bonner e Fátima Bernardes. Em 1999, com novas mudanças na direção do jornal, Bonner assume a função de editor-chefe, além de âncora do programa, cargo que ele ocupa até hoje.²⁵

Em 2011, após 14 anos dividindo a bancada ao lado de Bonner, Fátima Bernardes deixou o JN para assumir o comando do programa de entretenimento e informação,

²² Willian Bonner se formou em Publicidade, na Escola de Comunicação e Artes (ECA), da Universidade de São Paulo (USP), e queria ser redator publicitário. Sua primeira experiência com o jornalismo foi um convite para ser locutor na Rádio *Universidade de São Paulo FM*. Em 1985, Bonner trabalhou na TV Bandeirantes e, em 1986 foi convidado pela Globo para apresentar o SPTV – 3ª edição, que ia ao ar após o Jornal da Globo, mas saiu do ar em 1987. Foi a partir desse convite que Bonner pode experimentar o jornalismo na prática. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/william-bonner.htm> <Acesso em: 18/05/2017>.

²³ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/jornalistas-como-apresentadores.htm> <Acesso em: 18/05/2017>.

²⁴ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional.htm> <Acesso em: 21/06/2017>.

²⁵ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/o-jornalismo-eletronico-e-os-reporteres-de-video.htm> <Acesso em: 17/05/2017>.

Encontro com Fátima Bernardes, que foi ao ar em junho de 2012. Patrícia Poeta assumiu o lugar de Fátima na bancada, mas em outubro de 2014 também deixou o JN para participar de outros projetos de entretenimento da emissora. Sua sucessora, Renata Vasconcelos tornou-se apresentadora em novembro de 2014 e é quem compõe a bancada atualmente ao lado de Willian Bonner, que apresenta o JN há exatos 21 anos.



Figura 2: William Bonner e Renata Vasconcelos, em 2016.
Fonte: *Site do Jornal Nacional*

Cabe salientar, também, que na década de 1990 para alguns autores (BORELLI & PRIOLLI, 2000) o telejornalismo da Globo enfrentaria uma aguda crise de credibilidade que refletiria em uma crise de fidelidade da audiência.

Após o escândalo do Caso Proconsult²⁶ e a omissão da cobertura das Diretas-Já, em 1984, assiste-se a um tensionamento na adoção da tradição oficialista do telejornal ou da adoção de um modelo mais popular. Ao fazer um diagnóstico da década de 1990, Sílvia Borelli & Gabriel Priolli (2000) destacam:

Uma análise mais detida indica que, mais do que propriamente um esgotamento da fórmula por assim dizer técnica do telejornal, existe uma crise ancorada fundamentalmente em dois eixos: de um lado a crise de credibilidade, de outro, exatamente a crise de fidelidade da audiência. Esta, por sua vez, se desdobra num tensionamento da relação estabelecida entre excelência técnica, inovação conteudística e apelo popular. Vê-se, pois, o Jornal Nacional diante de um dilema, oscilando entre a busca de

²⁶ O Caso Proconsult, em 1982, causaria problemas de credibilidade para a Globo, que nas eleições para o Governo do Rio de Janeiro daquele ano, divulgou levantamentos que prejudicavam o candidato Leonel Brizola, então em primeiro lugar nas intenções de voto dos eleitores para o governo do Rio. Dois anos depois, a Globo omitiria a cobertura da Campanha das Diretas-Já em curso em todo o país (BORELLI, 2000, p. 61).

popularidade ou de prestígio, ambos abalados. Se, de um lado, imperam as críticas ao formato engessado do informativo, extremamente problemáticas tem sido as tentativas de flexibilizar, seja o noticiário, seja seu formato, incluído aí a mudança de apresentadores e de cenários (BORELLI & PRIOLLI, 2000, p. 63).

No diagnóstico que apresentam Silvia Borelli & Gabriel Priolli (2000, p. 67) afirmam que já na década de 1990 o Jornal Nacional enfrentava “sérias turbulências, concentradas nos anos de 91, 94 e, de forma crítica, em 97”. Em 1989 tinha 60 pontos de audiência, mas já, em 1994, essa havia caído 25%, atingindo 45 pontos. Ou seja, uma perda de quase 1,5 milhão de espectadores.

Durante os seus quase 50 anos na televisão, foram muitas as mudanças que ocorreram no telejornal para que acompanhasse as inovações do tempo e continuasse como líder de audiência. Diante das alterações propostas na estrutura, na tecnologia e, até mesmo, reformulando seu modo de fazer e seu formato, mudanças constantes no cenário ocorreram para se produzir aproximações com os novos tempos.

No próximo capítulo, abordaremos algumas das transformações observadas no telejornalismo na contemporaneidade em função da emergência das mídias digitais que tornou obrigatória a reconfiguração do telejornalismo para poder, pelo menos, manter sua aproximação com o público.

Cada vez mais, a tecnologia permite a transfiguração nos modos de ver televisão. E as transformações nas materialidades são decisivas na produção de uma dinâmica discursiva do meio em novas bases.

3. LINGUAGEM E TELEJORNALISMO

Neste capítulo serão apresentados conceitos sobre a linguagem da televisão e, mais precisamente, do telejornalismo. Buscando entender o papel do telejornalismo como produção de sentido, vamos analisar como se aplicam os discursos no gênero. Os formatos adotados pelos telejornais e os elementos audiovisuais são fatores importantes para a reflexão e entendimento das transformações na trajetória dos programas.

3.1 A linguagem do telejornal

Iniciar uma reflexão sobre a linguagem do telejornal é considerar a importância de pensá-la a partir dos discursos jornalísticos e de sua construção de sentido sobre a realidade. Segundo Becker (2005), ainda que alguns autores e profissionais da comunicação compartilhem a concepção de que “discursos jornalísticos possam ser realmente objetivos” e, desta forma, reportar “o mundo tal como se apresenta”, os acontecimentos ganham de fato significados quando são enunciados e, em seguida, apropriados pela recepção. Partindo dessa premissa, o jornalismo é capaz de “construir verdades”. Klaus Bruhn Jensen afirma que “os valores discursivos do jornalismo são materializados, na TV, por dois dispositivos específicos: a imagem e o apresentador” (JENSEN *apud* GUTMANN, 2014, p. 53).

Toda experiência que supõe o uso da linguagem implica, portanto, em construções de sentido, não existindo discursos neutros, ou livres de intencionalidades. Ao realizar escolhas no processo de construção dos acontecimentos como notícia, os profissionais imprimem significado aos fatos (BECKER, 2005, p. 44).

Isso não quer dizer que essas práticas sejam formas de manipulação, já que é necessário entender os discursos jornalísticos como processos de comunicações e práticas sociais. “Qualquer ato comunicativo envolve construção de sentidos, pois essa característica é própria da linguagem” (BECKER, 2005, p. 44).

O simples fato de um acontecimento estar inserido ou não no âmbito dos discursos jornalísticos implica em que faça parte ou não do nosso repertório de atualidade. Sem dúvida, os discursos jornalísticos são os principais gerenciadores das representações da realidade cotidiana, consistindo num poder efetivamente real e simbólico (BECKER, 2005, p. 44).

Não à toa Assis Chateaubriand, o idealizador da chegada da televisão no país como vimos no capítulo anterior, classificou-a como “uma máquina que dá asas à fantasia mais caprichosa e poderá juntar os grupos humanos mais afastados” e “a mais subversiva máquina de influir na opinião pública” (BARBOSA, 2010, p. 19).

A televisão é o veículo que provoca maior fascínio. No conjunto dos meios de comunicação de massa, sua importância é incontestável. Mantém o indivíduo ligado ao mundo ao seu redor, aos acontecimentos mais próximos e também aos mais distantes, aos mais corriqueiros e aos mais surpreendentes. Considerando a importância da informação nas relações entre os indivíduos e a sociedade, sobretudo na atualidade, o telejornalismo se transformou no principal instrumento de comunicação coletiva (BECKER, 2005, p. 54).

O principal produto dos discursos telejornalísticos é a notícia, que supõe “um fato, um relato e um público”, mas que depende do número de pessoas que possa interessar para tornar-se comunicável (SODRÉ *apud* BECKER, 2005, p. 46). Então, apesar da decisão do que irá virar notícia ser arbitrária, dependendo das escolhas dos produtores, a recepção pelo público é um fator importante para a seleção de acontecimentos do telejornal, com impacto direto na sua audiência.

Gutmann (2014) propõe três dimensões para analisar as características do telejornalismo: elementos de composição audiovisual, performance dos sujeitos de fala e transmissão direta. Em seu texto, a autora coloca os elementos de composição audiovisual, como som e imagem, atrelados ao processo de edição, e as performances dos “sujeitos de fala”, observadas no papel dos apresentadores, repórteres, comentaristas e as fontes²⁷. A transmissão direta é vista como “dispositivo tecnológico característico da produção televisual, explorado como marca distintiva das enunciações telejornalísticas” e pelo simultâneo (GUTMANN, 2014, p.53).

Esse dispositivo tecnológico, compartilhado com o rádio e com a internet, define-se pela simultaneidade comunicativa, isto é, pela possibilidade de inserir emissão e recepção em um intervalo de tempo comum, incluindo, numa mesma duração de veiculação, a enunciação dos programas e o consumo televisivo da audiência. No caso dos telejornais, os efeitos de sentidos relacionados aos valores de interesse público e atualidade são potencializados pelas possibilidades da transmissão direta, que respondem em boa medida pela própria autenticação dos relatos noticiosos (GUTMANN, 2014, p. 54).

²⁷ Chamamos de “fonte” a pessoa, organismo, documento ou instituição que passam informações ao repórter na elaboração de uma notícia (PATERNOSTRO, 2006, p. 205).

O sentido de objetividade presente nos discursos jornalísticos busca garantir um ideal de verdade nessa construção de sentidos proposta pela linguagem. Para isso, há o esforço de aproximá-lo do discurso científico, por exemplo, com o uso da terceira pessoa, separando o enunciador do material, o que confere credibilidade e propõe imparcialidade. Porém, imparcialidade é algo inalcançável nos discursos (BECKER, 2005, p. 46), já que toda mediação carrega elementos de um discurso que é próprio daquele que o apresenta. “Os noticiários utilizam jogos de sentido que resultam numa pretensa objetividade e no mito da parcialidade” (BECKER, 2005, p. 50).

A objetividade é o principal instrumento de dissimulação da construção de sentidos nos discursos jornalísticos e supõe a existência de uma verdade absoluta, colada aos fatos, que possa ser expressa no discurso. O mecanismo que melhor exemplifica esse esforço é a tentativa de aproximação desses discursos ao científico, através do uso predominante da terceira pessoa, tentando deixar clara uma separação entre o pesquisador e o material observado. Essa distância funciona como garantia de expressão de verdade e imparcialidade. Confere a credibilidade necessária para que o discurso jornalístico possa permanecer em sua posição privilegiada de lugar de enunciação dos acontecimentos do mundo. Mas a objetividade e a imparcialidade dos discursos jornalísticos são inalcançáveis. E, ao mesmo tempo, prejudicam uma abordagem mais crítica por parte de quem os recebe (BECKER, 2005, p. 46).

Porém, como propõe Becker (2005), esse receptor da notícia não é passivo, já que reelabora sentidos a partir das leituras possíveis do produto que lhe é apresentado e, portanto, essas leituras das realidades, tanto por parte do produtor quanto dos receptores, são subjetivas. Um dos principais produtos da televisão, os telejornais são “produtos de informação de maior impacto na sociedade contemporânea” e “ofertam conceitos, ideias, e representações da cultura e da realidade nacionais, partilhadas por grande parte dos brasileiros” e, diferente das novelas, o espaço simbólico do telejornal não se apresenta como ficção (BECKER, 2005, p. 48).

A função do telejornal é dar conta e narrar acontecimentos do dia, as novidades do país e do mundo. Segundo Becker (2005), “há regularidades enunciativas que reúnem dispositivos audiovisuais e enunciados linguísticos” e, portanto, os telejornais apresentam linguagem semelhante. “Afirmar que existe um discurso próprio do telejornal é dizer que ali existem regularidades enunciativas que de alguma maneira são habitadas e preenchidas pelos acontecimentos do dia, pela trama factual do mundo” (ESQUENAZY *apud*

BECKER, 2005, p. 53). Porém, segundo a autora, reconhecer as semelhanças enunciativas não significa dizer que os noticiários são iguais.

Há diferenças no espaço que cada um dos noticiários ocupa na grade da programação da emissora, no tipo de público que pretende atingir e principalmente no modo de transformar o acontecimento em notícia e, conseqüentemente, representar a realidade (BECKER, 2005, p. 53).

A construção do texto é feita com elementos que comprovem ainda mais a veracidade da informação que está sendo passada. Para isso são utilizados recursos não verbais, imagens que sirvam para embasar ainda mais o que está sendo exposto, ou ainda elementos verbais como a citação de fontes e o depoimento para que a notícia ganhe mais credibilidade, causando um “efeito de verdade”.

Toda a construção do texto jornalístico está montada numa lógica própria voltada para criar efeito de verossimilhança, também chamado por alguns autores de efeito de verdade, inclusive com a citação de fontes e testemunhas no texto verbal e a utilização de gráficos, mapas, e outros recursos na imagem para garantir a precisão da notícia. A persuasão é o segredo do texto e da imagem dos telejornais, ainda que a sua função primária seja informar (BECKER, 2005, p. 53).

Para entender como os discursos jornalísticos se constituem através da notícia, o seu produto mais importante, é preciso perceber cada fase desse processo. Becker (2005) sintetiza esse processo em quatro etapas: pauta, apuração e gravação, edição e transmissão. A notícia começa com a seleção de um fato, o que chamamos de pauta. Sobre a seleção desses assuntos, a autora coloca ainda que os predicados mais importantes para que a notícia faça parte do telejornal é o “interesse humano e a carga conflitual”, além de uma boa ilustração visual, que pode ser decisivo na escolha do que será apresentado aos telespectadores. Um ponto observado por Becker (2005, p. 61) é que a conjuntura política também influenciará, já que dependendo do cenário o conteúdo pode ser eliminado para dar lugar à pauta política. Os telejornais também têm por característica prestar serviços de ordem social, utilidade pública e defesa ao consumidor e Ivana Bentes (*apud* BECKER, 2005, p. 55) defende que isso ocorre em função do “vazio deixado por um Estado e por uma sociedade enfraquecidos”, o que é “preenchido pelos meios de comunicação, que se vendem como serviços de utilidade pública”, o que segundo ela torna a televisão um “*show* de justiça”.

Chegamos a um ponto chave na produção de notícias no jornalismo: a apuração, ou seja, o levantamento de dados e informações que comprovem que a notícia é de fato

verdadeira e pode ir ao ar (PATERNOSTRO, 2006, p. 193). Na gravação, o repórter exerce importante função no processo de construção da matéria. Na maioria das vezes ele sai para a rua na companhia de um cinegrafista e, algumas vezes, de outros profissionais, que também participam do processo da notícia e construção dos sentidos (BECKER, 2005, p. 61).

Seguindo pelas etapas, Becker (2005) propõe a divisão da edição também em quatro momentos: seleção daquilo que irá ao ar, como uma decupagem propriamente dita do conteúdo, depois a estruturação da matéria orientada pela etapa seguinte, a gravação dos *offs* e depoimentos, em seguida, na finalização, a inserção de imagens sob o texto verbal. Assim, para a autora, o editor trabalha a matéria limitando e orientando os sentidos. “Tudo é montado para que o telespectador não tenha dúvidas de que o discurso que ele assiste é o real, e não uma elaboração deste” (BECKER, 2005, p. 62).

Na transmissão do programa, última etapa do processo proposto pela autora, é onde ocorre a interação com o público. Nas transmissões ao vivo, “os fatos são produzidos simultaneamente aos enunciados verbais”. (BECKER, 2005, p. 68). Humberto Eco (1979) relaciona “as possibilidades autônomas de realização da televisão, conexas com sua natureza técnica específica, a dois tipos de transmissão direta: a entrada ao vivo e a transmissão em estúdio” (*apud* GUTMANN, 2014, p. 54). Segundo Gutmann (2014) mesmo quando há material gravado na programação televisual, é incorporado a ela características da transmissão ao vivo, que dá o “status de tempo presente” (GUTMANN, 2014, p. 54).

No telejornal, antes mesmo de dependerem de um determinado conteúdo veiculado ao vivo, os efeitos de tempo presente residem na própria performance da transmissão, através da qual a função do jornalista não é simplesmente a de apresentação da notícia, mas de presentificação (FECHINE *apud* GUTMANN, 2014, p.55).

O principal mediador entre o telejornal e o público é o apresentador. Em alguns jornais o apresentador é também o âncora²⁸ do telejornal. O papel do apresentador, como propõe Becker (2005), é “registrar tudo com perfeita neutralidade e imparcialidade”. Porém a toda escolha que o apresentador faz “julga o tempo todo a sociedade na expressão das mensagens” (BECKER, 2005, p. 62). “Um texto, ao ser performatizado por um corpo,

²⁸ O apresentador atua como um locutor da notícia, centrando sua locução num discurso pretensamente neutro e informativo. O âncora enfatiza a opinião e o gênero opinativo no telejornal. Um apresentador pode atuar como âncora simultaneamente.

incorpora marcas deste, as quais são atualizadas pelo receptor” (ZUMTHOR *apud* GUTMANN, 2014, p.55). Isso quer dizer que, mesmo que ele imprima em seu discurso a ideia de neutralidade e imparcialidade na mediação dos fatos, as escolhas feitas durante todo o processo e também na hora da apresentação da notícia automaticamente marcam um determinado posicionamento frente aos acontecimentos. Para Gutmann (2014) as notícias são reveladas por “sujeitos de fala”, representados pelos repórteres, apresentadores, comentaristas e fontes, que usam o corpo como “dispositivo expressivo”.

Não importa quem seja o apresentador, mas ele está sempre presente em todos os lugares e jamais implicado em tudo que vê e escuta como testemunha para nos revelar, produzindo credibilidade. Estabelece cumplicidade com cada telespectador e com todos ao mesmo tempo, sem diferenças. Cada um se reconhece, na percepção do apresentador das notícias, identifica-se e muitas vezes, abre mão da sua visão crítica, torna-se um ser idêntico a todos e a cada um, principalmente quando desconhece as estratégias discursivas dos telejornais. Afinal, cabe ao interlocutor estabelecer a coesão, ancoragem do telejornal (BECKER, 2005, p. 62).

Outro ponto importante que permeia os discursos jornalísticos é a comunicação não verbal. Entende-se por não verbal as imagens, os gestos, os movimentos corporais e as diferentes entonações da voz. Também há produção de sentidos através desses enunciados não verbais que interferem no processo de enunciação (BECKER, 2005, p. 63). Gutmann (2014) assinala a performance do mediador como ponto chave para a interação com o receptor.

A oralidade, o gestual, a entonação da fala, o figurino, o cenário, o modo como a imagem desses sujeitos é enquadrada na tela compõem atos performáticos essenciais para a interação com o espectador e para o reconhecimento dos programas enquanto “jornalísticos”, dos relatos enquanto “notícias” (GUTMANN, 2014, p. 55).

Entre os recursos audiovisuais, que compõem a linguagem do telejornal, também estão a escolha do cenário e os enquadramentos usados durante a atuação do apresentador. “A imagem passa a adjetivar personagens e situações, por meio dos enquadramentos e dos movimentos de câmera” (BECKER, 2005, p. 68).

Além da postura e da gestualidade do locutor, o ritmo, os traços melódicos, a entonação ou a intensidade da pronúncia. Eles são construídos de maneira sutil e nem sempre interpretados como se deseja pela recepção. Um sorriso, um gesto gentil, um olhar simples podem atrair a simpatia do público para determinado entrevistado ou personagem (BECKER, 2005, p. 64).

Para Jean Claude Bernadet (*Apud* BECKER, 2005, p. 64), essa simpatia implícita só será passada ao espectador se houver uma predisposição emocional ou ideológica. E Becker (2005) salienta que não há como controlar o sentido final produzido pelo receptor, porque a comunicação é como um jogo entre esses dois polos, a emissão e a recepção, e nesse percurso, há contradições discursivas.

Para alguns autores (FECHINE; GOMES; HARTLEY; HAGEN; JOST; MACHADO; VERÓN *apud* GUTMANN, 2014, p. 57) a figura do apresentador materializa o discurso do telejornal. Segundo Juliana Gutmann (2014) a mediação pelo apresentador, ou ainda a enunciação da notícia, é regida por essa “voz central”, o que por muitas vezes acaba por confundir essa representação com a própria imagem que se tem do programa, como consequência disso a credibilidade do telejornal acaba sendo relacionada “diretamente à autoridade e à legitimidade do apresentador”.

As escolhas das imagens na produção das notícias a serem vinculadas compõem a linguagem do telejornal e podem ser explicadas por conquistarem a condição de verdade, porque estão ali para mostrar um “real não questionável” e são assim mais um artifício de credibilidade ao programa. Porém, no telejornal a exibição das imagens é acompanhada pelo texto do repórter ou apresentador, que “favorecem a compreensão”, “é preciso que alguém nos diga o que estamos vendo” (BECKER, 2005, p. 70-71).

3.2 A linguagem do Jornal Nacional

Em relação à linguagem do Jornal Nacional, o apresentador e editor-chefe William Bonner (2009) diz que o principal objetivo do telejornal é “mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo” com “isenção, pluralidade, clareza e correção” (BONNER, 2009, p. 17). Entretanto, devemos refletir e relativizar essa declaração: claro que, em princípio, não pode haver isenção na prática jornalística, já que supõe, antes de tudo, uma escolha entre determinados elementos, fatos, abordagens, que coloca em cena aquilo que vai ser lembrado e o que vai ser esquecido (BARBOSA, 2016). Outro aspecto a ser considerado é que dependendo dos interesses da empresa, no caso a Rede Globo, os critérios de seleção e de angulação da notícia são formulados a partir de uma lógica ideológica que pressupõe escolhas de natureza política.

O caso histórico da edição do debate antes da eleição presidencial que colocou Lula e Collor como protagonistas e para o qual a Rede Globo selecionou aspectos que

devastaram a candidatura do então candidato Lula, é um exemplo. O outro exemplo histórico é o chamado Caso Proconsult, como vimos no capítulo anterior, que envolveu a candidatura ao Governo do Estado do Rio de Janeiro, Leonel Brizola e que ficou conhecido como o “Escândalo da Proconsult”.²⁹

Esses são apenas dois exemplos, poderíamos acrescentar ainda a Campanha das Diretas Já, ignorada inicialmente pela Globo e que só foi noticiada quando não era mais possível esconder as dezenas de manifestações em prol das eleições diretas, como comícios, por exemplo, o da Candelária, que reuniu centenas de pessoas. Poderíamos também nos referir, mais recentemente, a campanha demolidora que a emissora está empreendendo contra o ex-presidente Lula.

Feitas essas ressalvas, podemos argumentar ainda que a descrição do atual editor do Jornal Nacional deve ser vista dentro de determinados parâmetros limitadores e devem ser consideradas apenas no que diz respeito à descrição de uma prática editorial, segundo critérios profissionais que são construídos para atribuir ao jornalismo processos que fazem dele um amplificador isento do mundo social. Bonner fala em nome de uma prática e de um lugar histórico de produzir um discurso para dar ar de cientificidade ao próprio jornalismo.

Portanto, estamos considerando o discurso produzido pelo atual editor do Jornal Nacional dentro de duas perspectivas: como revelador das práticas profissionais existentes para a elaboração do jornal e como desvelador de um ideal de jornalismo, capaz de conferir uma identidade jornalística a partir de determinadas prerrogativas que se constituem como norma.

Assim, segundo Bonner, o programa, por ser jornalístico, apresenta temas comuns aos demais veículos de informação como: jornais impressos, noticiários de rádio, sites de internet voltados para notícia e revistas semanais de informação, porém, por ser veiculado na televisão, esses temas devem ser apresentados em uma linguagem apropriada “com um texto claro, para ser compreendido ao ser ouvido uma única vez, ilustrado por imagens que despertem o interesse do público” mesmo que não sejam assuntos de “apelo popular imediato” (BONNER, 2005, p. 13).

²⁹ A própria Globo no site Memória Globo relembra os dois acontecimentos, mas procura minimizar sua participação decisiva nos ataques então desferidos contra Lula e Brizola e que foram decisivos no resultado das duas eleições. No caso do Proconsult, a descoberta a tempo da manipulação dos dados, impediu que as consequências fossem ainda mais trágicas, e Brizola conseguiu se eleger Governador do Rio.

Rapidamente, Bonner compara os veículos de comunicação no que diz respeito ao alcance da informação e diz que o diferencial do *Jornal Nacional* é o número de pessoas que buscam se informar por ele. Ele pontua o fato de que os jornais impressos são destinados a um público alfabetizado, além de serem pagos. Enquanto o JN é gratuito, sendo necessário apenas o acesso à energia elétrica e sinal terrestre de TV, ou ainda uma parabólica que capture o programa diretamente do satélite e uma televisão. A convergência das mídias, a qual abordaremos posteriormente nesse trabalho, trouxe o acesso à informação também pela internet, que rompe com qualquer amarra temporal, através de *sites* e aplicativos, por computadores e *smartphones*, porém, como bem colocado pelo âncora do JN, esses veículos requerem, além do público alfabetizado e informatizado, a conexão à internet (BONNER, 2005, p. 15).

Segundo Bonner (2009) a complexidade em atingir o principal objetivo, como já mencionamos, “mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo”, está na característica do público, classificado pelo apresentador como “universal” e “variado”. A linguagem do telejornal deve abranger todas as idades, todos os níveis de escolaridade, todas as faixas socioeconômicas, com interesses que variam conforme o público, e segundo o editor-chefe “as pessoas têm a tendência de se interessar prioritariamente por fatos que as atinjam diretamente, ou mais proximamente, ou de maneira mais imediata” (BONNER, 2009, p. 18).

Sobre o telejornal, William Bonner diz que o JN é preparado sob duas frentes, as quais ele chama de “pernas”, uma delas é a dos acontecimentos “factuais”, aqueles que aconteceram após a última edição do jornal e necessitam publicação e, a outra são os temas “de atualidade”, que não exigem a publicação imediata, que podem ter ocorrido até a última edição ou ainda estar acontecendo e, segundo o apresentador, “permitem que o espectador compreenda fenômenos, acontecimentos contemporâneos, dentro do contexto em que se dão”. É o equilíbrio entre essas duas pernas que, para ele, “dá perfis distintos às edições de um telejornal”. Por essa vocação ao factual, o *Jornal Nacional* pode ser classificado como *hard news*³⁰ (BONNER, 2005, p. 19).

Sobre o formato do *Jornal Nacional*, os 33 minutos líquidos da edição devem conter informações todas ditas em alto e bom som, com a exceção de alguns números que possam aparecer na tela, dependendo do assunto, e não necessitam de enunciação.

³⁰ *Hard News*, termo americano, é como é conhecido um jornal de vocação factual. Ou como coloca Paternostro (2006, p. 206), “notícia quente, séria e importante”.

Cada sílaba dita, pronunciada, consome tempo. E nesse tempo têm de caber mais ou menos 25 assuntos, de variadas maneiras: em reportagens apresentadas por seus autores (os repórteres); em entrevistas com pessoas comuns, com ritmos próprios de fala; em notas lidas pelos apresentadores e ilustradas por imagens; em notas curtas sem apoio de imagens; e em entradas ao vivo de repórteres (BONNER, 2005, p. 22).

A Rede Globo é composta por 121 emissoras espalhadas pelo Brasil, além dos escritórios internacionais, o que para Bonner (2009) traz vantagens para o público, para as emissoras e para a Rede.

O profissional local tem a seu favor o conhecimento de peculiaridades geográficas, econômicas, culturais do lugar. Por outro lado, seu distanciamento do organograma do Jornal Nacional é uma forma de assegurar a descentralização da reportagem (BONNER, 2009, p.43).

A Rede contribui para que as regiões sejam mostradas por jornalistas ambientados, o mesmo acontece com as notícias internacionais, que pretendem mostrar os acontecimentos do mundo com o olhar brasileiro, papel exercido pelos correspondentes (BONNER, 2009, p. 33-38).

O telespectador pode acompanhar de perto, pelo jornalismo comunitário, os problemas que afetam a sua cidade seu estado. A chamada “grade de programação” da Rede reserva faixas de horário para as produções locais. Ao mesmo tempo, esse mesmo cidadão, ao acompanhar um telejornal da Rede, como o JN, terá informações de cada canto do Brasil trazidas por profissionais da região mostrada. Jornalistas que conhecem o lugar, sua gente, suas carências e suas riquezas (BONNER, 2005, p. 33).

Em relação aos critérios para a escolha do profissional que atuará como repórter, o fator decisivo é o carisma, segundo Schroder, então diretor geral da emissora. As avaliações são subjetivas, mas hoje, alguns elementos colaboram para que os resultados da preferência do público se façam visíveis, por exemplo, as próprias redes sociais, mesmo que não sejam exatamente pontos determinantes para a seleção do quadro de repórteres.

E por que e então há um cuidado tão grande no credenciamento de um repórter para o Jornal Nacional? Para explicar, costumo usar a imagem de uma família assistindo ao JN. Nesses 40 anos, o JN sempre foi um agregador da família diante da TV. De uma certa forma, é como se o Jornal Nacional e seus integrantes fizessem parte das famílias ao frequentar suas casas. Por isso, aqueles profissionais que levam a notícia têm de ser... familiares. Têm de ser conhecidos e reconhecidos pelo telespectador. Se fizéssemos um jornal com pessoas desconhecidas a cada dia, seria muito mais difícil, para o público, identificar-se com o JN como ocorreu nessas quatro décadas (SCHRODER, *In* BONNER, 2009, p. 46).

Outro personagem principal desse quadro de profissionais que leva o programa ao ar são os editores de textos. Cabe a eles adequarem a linguagem para que o objetivo do telejornal seja alcançado, que é informar os acontecimentos do dia ao telespectador, de maneira clara e objetiva para que o receptor compreenda a mensagem. Um bom editor deve dominar a língua portuguesa e determinar “a ordem em que as informações de uma reportagem serão fornecidas ao espectador”, de modo a facilitar a compreensão e despertar “o máximo interesse de quem assiste à reportagem, de quem ouve a notícia contada pelo apresentador” de maneira natural (BONNER, 2009, p. 53).

Os critérios de noticiabilidade, ou seja, aquilo que de fato irá virar notícia no jornal diante dos acontecimentos apurados pela redação do JN são: abrangência, gravidade das implicações, caráter histórico, peso do contexto e a importância. Por abrangência, entende-se o universo de pessoas atingidas por um fato, quanto maior o universo, maior a probabilidade de ser veiculado na edição. A gravidade funciona da mesma forma: quanto maior a gravidade do fato, maior será a possibilidade de o acontecimento ganhar espaço no JN. Quando há acontecimentos de caráter histórico, por ter relevância absoluta, acabam sobrepondo-se a outro tema, o que chamamos de “cair” a pauta, quando um assunto dá lugar a outro. Segundo Bonner (2009, p. 99) há uma cuidadosa análise e “na seleção de assuntos, é preciso considerá-los todos, sob uma perspectiva histórica, e se perguntar: Daqui a 50 anos, o que é que um pesquisador buscará na edição do JN que estamos exibindo hoje?”.

Observa-se nessas descrições e recomendações do editor do JN, alguns aspectos a serem considerados, além dos que já nos referimos antes: há uma crença, de fato, de que a Rede Globo estaria cumprindo um papel histórico e informando “de fato” o que de mais importante acontece no mundo? Claro que essa perspectiva do profissional se refere às crenças construídas historicamente em torno da profissão de jornalista, como o profissional que é capaz de visualizar os fatos do mundo a partir de uma importância que se torna a única. A identidade jornalística é construída a partir de uma ideia de que o profissional do jornalismo é alguém capaz de traduzir o que acontece no mundo para o seu público e com isso referendam a importância de seu discurso e da própria profissão. Em tempos de transformações midiáticas, isso se torna também na principal razão da chamada crise do jornalismo.

A fala do editor também revela o que podemos considerar como o peso da história. Os meios de comunicação não desejam criar lugares de memória, mas sim lugares na

história (BARBOSA, 2016). A pretensão é selecionar fatias do mundo para se transformar no futuro no mundo possível a partir de um olhar histórico. Ou seja, o olhar que vai se voltar para o passado. Dessa forma, observa-se claramente o desejo de usar o presente como passado num futuro idealizado e construir sua importância por serem, na idealização vigente, artífices do passado para o futuro. A televisão aqui faz um uso específico e particular do passado: constrói os fatos do presente para uma história que deve ser contada no futuro. Com isso referendam ainda mais sua importância e desejo de ser imprescindível.

4. A CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS E O TELEJORNALISMO

Assim como a chegada da televisão provocou alguns questionamentos sobre o futuro do jornalismo nos meios já existentes como o jornal impresso e o rádio, o avanço das tecnologias e o acesso à informação na internet também geraram inquietações por parte dos pesquisadores quanto o futuro da televisão e do telejornalismo. Mas o que observamos é “um movimento de transbordamento do território simbólico constituído pelo telejornalismo e por sua linguagem audiovisual da tela da televisão para as telas dos inúmeros dispositivos móveis de transmissão de dados propiciadas pelo ciberespaço³¹”. Por transbordamento, entende-se, segundo a autora, “a capacidade que os conteúdos telejornalísticos adquiriram de fluírem pelas diversas telas digitais, graças às características hipertextuais e multimidiáticas do ambiente *web*” (RENAULT, 2014, p. 259).

O ciberespaço possibilitou ao telejornalismo a expansão da sua linguagem, tendo em vista, que as formas jornalísticas antecessoras à era multimídia migraram para a *web* e por conseguinte, nesta ação comunicativa de se adaptarem ao universo digital como estratégia para manterem espaços de enunciação e público na era digital, tiveram que assumir novas rotinas produtivas e se apropriarem da linguagem multimídia, expressa marcadamente pela linguagem audiovisual (RENAULT, 2014, p. 259-260).

Muitas transformações já ocorreram e vem ocorrendo, mas como observaram Siqueira & Vizeu (2014) mesmo com as mudanças, os principais aspectos da produção jornalística se mantiveram. Segundo os autores, o que houve foi “um incremento na rapidez com que as notícias passaram a ser exibidas no meio”, em consequência da facilidade que o celular e os meios digitais propiciaram ao envio de materiais como fotos e vídeos, captados pelos próprios jornalistas ou qualquer outra pessoa onde os fatos estão ocorrendo. Porém, o celular não pode ser considerado como agente único desse momento de interatividade e convergência, mas sim como um facilitador (SIQUEIRA & VIZEU, 2014, p. 53).

O surgimento dos novos meios de comunicação juntamente com o crescimento do papel dos cidadãos nos processos produtivos tem provocado mudanças, inclusive, nas formas de consumo da informação e na maneira de se produzir conteúdos jornalísticos na televisão (SIQUEIRA & VIZEU, 2014, p. 55).

³¹ Renault (2014) classifica ciberespaço como “o território virtual no qual se materializam as diversas práticas sociais, comunicativas, culturais erigido a partir da internet e das tecnologias digitais” (RENAULT, 2014, p. 259).

Uma das mudanças resultante desse processo de convergência e interatividade que tem impacto direto nos formatos das notícias, como dissemos, é a possibilidade do envio de fotos e vídeos, que pode ser feito por espectadores, produzindo a ideia de “participação” do público. No entanto, segundo Siqueira & Vizeu (2014) essa participação pode ser entendida mais como um “efeito de participação”, do que a participação propriamente dita, porque mesmo que essa interação entre público-jornalista exista, ela ainda é limitada em função do papel de mediador que o jornalista continuará exercendo, ainda que o público passe a ter um maior domínio da linguagem do meio televisivo e digital. Porém, como coloca Finger (2014), mesmo a interatividade plena não sendo possível na televisão “não significa que o telespectador ou usuário não possa participar, de forma cada vez mais ativa, na escolha, no encaminhamento e no desfecho dos conteúdos”. Além de ser uma das principais características da convergência digital, a interatividade, ou o ato de interagir em si, passou a ser sinônimo de “democracia das mídias” (FINGER, 2014, p. 217).

Ao mesmo tempo em que existe essa aproximação por parte dos cidadãos, que passam a ter conhecimento das práticas jornalísticas, o papel do jornalista, nos telejornais, permanece inalterado no que diz respeito ao estabelecimento de critérios para escolher o que será exibido ou não. Essa é uma função dentro das rotinas de produtivas que sofre influências, porém que segue inalterada (SIQUEIRA & VIZEU, 2014, p. 57).

Atualmente, como pontuou Renault (2014), quando as pessoas buscam por informação em determinado telejornal, elas podem fazer pelo computador, celulares ou outros dispositivos móveis, a qualquer momento. A expansão desse acesso às programações televisivas, propiciada por esse momento de convergência das mídias, trouxe uma transformação no então modelo da TV aberta, conhecido como *broadcast*³², com horários fixados na grade de programação.

Há inúmeros significados para cultura da convergência, mas Henry Jenkins (2009), ao pesquisar o tema, alertou: “Bem-vindos à cultura da convergência, onde velhas e novas mídias colidem, onde mídias corporativa e alternativa se cruzam, onde o poder do produtor da mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS *apud* FINGER, 2014, p. 214).

³² Segundo Paternostro (2006), *Broadcast* é “a expressão que designa uma programação de televisão dirigida a um público amplo, sem segmentação, com características específicas. Usada quando se fala em TV aberta” (PATERNOSTRO, 2006, p. 196).

Hoje, já é possível encontrar o conteúdo exibido na televisão em canais da internet. Nessas plataformas, há uma independência do telespectador frente à grade de programação, É o que Finger (2014) chamou de *vídeo on demand*, em que “o conteúdo vai, primeiro, ao ar no dia e horário definidos pela emissora, mas depois fica disponível, em arquivo, para acesso a qualquer momento, de acordo com a vontade do receptor”. A autora sinaliza que há uma “retroalimentação entre o que vai ao ar na televisão e o que é divulgado no *site* correspondente de um programa”, levando a percepção que, de alguma forma, o telejornal permanece no ar mesmo depois do seu encerramento na grade de programação. A este evento, a autora deu o nome de *hipertelevisão* (FINGER, 2014, p. 217-219).

Essa característica de distribuir o mesmo conteúdo “em diferentes meios sem que haja grandes alterações na mensagem para que o receptor possa acessar e quem sabe interagir”, foi nomeada por Finger (2014) de *Crossmedia*. Nesse fenômeno, pode haver pequenas mudanças no material em relação ao produto final, não necessariamente idêntico ao que foi veiculado na outra mídia, contudo, a “essência da mensagem permanece a mesma”. Nesse sentido, o fenômeno oposto seria o *Transmedia*, em que “o conteúdo é distribuído em diferentes meios e um complementa o outro”, com essa “integração de conteúdos” para um acesso mais completo o receptor deveria utilizar a maior parte dos meios em que a informação foi divulgada (FINGER, 2014, p. 220).

Segundo Finger (2014, p. 222), há a necessidade de pensar em novos formatos e produções específicas para as telas dos dispositivos móveis, algo que atenda o receptor “em situação adversa de atenção, em deslocamento ou em espera, permanentemente conectado” que agora teria condições de se atualizar sobre os acontecimentos em tempo real, e não mais diariamente.

Dessa forma, o telejornalismo precisaria estar preparado para utilizar diferentes plataformas para além da TV. Nos aparelhos móveis e portáteis, a notícia precisaria ser mais curta e objetiva, já a exibição de um programa poderia ter tempo menor, algo compatível à disposição do receptor no momento do acesso à informação e informações como meteorologia e trânsito (TOURINHO *apud* FINGER, 2014, p. 222).

Pode haver uma tendência de se enxergar duas necessidades diferentes para o mesmo consumidor de informação: dentro de casa ele quer qualidade, telas grandes e conteúdo farto. E fora de casa desejará conteúdos enxutos, aparelhos portáteis e muita conectividade. Teremos de estar atentos a isto quando prepararmos o conteúdo que será oferecido

no celular. Absolutamente, não poderão ser iguais (SALAVERRÍA *apud* FINGER, 2014, p. 222).

É preciso pensar, porém sempre atento às especificidades e limitações dos dispositivos, o que deve impactar diretamente o comportamento do receptor. Um exemplo é o tamanho da tela disponível ao usuário, que, em geral, terá um tamanho demasiadamente menor que os televisores, é claro. As escolhas do plano e posições da câmera, por exemplo, é algo que pode ser levado em consideração nos possíveis formatos para exibição na era da convergência. Claramente surgirão novas formas de experimentações do meio, completamente diferente do que já foi vivenciado. Há uma clara alteração no modo de enxergar e consumir o conteúdo da TV. Outro ponto a ser observado é mudança da demanda por informação, porque, diferente da sala de TV, a audiência nesses meios variam muito (BECKER & ZUFFO, *apud* FINGER, 2014, p. 223).

O texto não é como um computador, pois a navegabilidade, por mais simples que seja, é distinta. O som não é como no rádio, pois a transmissão nem sempre é de boa qualidade, e, além disso, pode ser *on demand*. O vídeo não é o mesmo que a televisão, pois o dispositivo possui uma microtela que limita a visualização do conteúdo e oferece uma interação a partir do sistema *touch screen* (telas táteis), ou seja, oferece uma interatividade a partir de sua interface. Por esse motivo, é um dispositivo comunicacional diferente dos demais que conhecemos (RENÓ *apud* FINGER, 2014, p. 223).

Renault (2014) conceitua esse conteúdo na internet como *webtelejornalismo*, que segundo ela “é um cibermeio que tem por objetivo a divulgação de informação jornalística audiovisual”, cumprindo na *web* o papel do telejornalismo, o que pode ser considerado “um desdobramento no ciberespaço do telejornalismo”. A palavra *web* foi adotada como prefixo pela autora por decisão etimológica, na perspectiva de entender o *webtelejornalismo* como uma migração do telejornal para os meios do ciberespaço (RENAULT, 2014, p. 261).

O webtelejornalismo brasileiro começou a se delinear em meados da primeira década do século XXI, quando alguns telejornais nacionais de emissão aberta em rede lançaram os primeiros endereços na *web* para disponibilizar reportagens já exibidas na televisão (RENAULT, 2014, p. 262).

4.1. Convergência na cena da Globo

No Grupo Globo, o primeiro *site* de jornalismo que entrou ao ar foi o G1, dia 18 de setembro de 2006. Mesmo que já houvesse *sites* dos programas jornalísticos da emissora, ainda não havia a preocupação com a inclusão de conteúdos noticiosos de forma atualizada. No G1, inicialmente foram reunidos conteúdos dos jornais locais e nacionais da Rede Globo. Essa migração foi noticiada pela edição daquele dia do Jornal Nacional³³ como nova fonte de informação e possibilidade de “acesso a todos os vídeos de notícias” e que eram “notícias de várias fontes: rádio, jornal, televisão. Tudo no mesmo endereço da internet. O Portal G1 traz informações e imagens do que está acontecendo no momento”, o repórter ainda explica que “a informação é quase instantânea” e que jornalistas na redação atualizam as informações 24 horas por dia (RENAULT, 2014, p. 263). Com a criação do G1, podemos notar um primeiro momento em que houve a preocupação de reorganizar os conteúdos e até repensar os formatos por parte da Rede Globo. E como colocou Renault (2014), a partir de então, os apresentadores passaram cotidianamente a orientar o público do telejornal a buscar ou complementar informações pela página do portal na *web*.

Nos dias de hoje, além do portal de notícias G1, a emissora também alimenta com conteúdos os próprios *sites* dos programas, o *site* globo.com, as *fanpages* oficiais e aplicativos que exibem a íntegra da programação, como o Globo Play. Há o hábito de convidar a audiência a conferir os conteúdos *online* para complementar informação ou rever o programa nos meios em que são distribuídos. Renault (2014, p. 267) considera que “o ciberespaço expandiu as formas de representação, a memória, o registro da história, modificou e acelerou as trocas simbólicas entre os indivíduos”.

Lembramos o lançamento do portal G1 pelo Grupo Globo para demarcar um momento histórico em que a emissora passou a integrar conteúdo de outras plataformas na internet. Porém, para seguirmos adiante com a pesquisa sobre os novos formatos e reconfigurações do telejornal na era da convergência das mídias, é importante lembrarmos um fator importante para a programação, que inclusive, sofreu intervenção direta pelos novos hábitos do público diante das novas mídias: a audiência.

³³ Parte da edição do Jornal Nacional do dia 18 de setembro de 2006, em que foi noticiada a criação do site G1, que divulgaria informações de quase todos os programas jornalísticos do Grupo Globo. <https://www.youtube.com/watch?v=yowGc49SmkI-0ov> <Acesso em: 23/06/2017>.

Finger (2014, p. 213) relata uma queda histórica da audiência no JN, em 2013, quando o índice médio que passou de 80% nos anos 70 e 80, para 27%, em 2013, fator, segundo a autora, inesperado, que ao contrário do se pensava, não teria migrado para telejornais de outras emissoras. Estava em curso um grande desafio para os profissionais que trabalham na televisão: atraírem a atenção do público, que agora vive outras experiências de comunicação, para, assim, poder retomar sua audiência.

Contudo, Becker (2016) traz uma análise, ponderando que, em 2015, *posts* e publicações em *sites* jornalísticos na internet por vezes apontavam o declínio da audiência, mas em outros tantos momentos exaltavam resultados positivos. A autora expõe dados disponibilizados pelo Ibope³⁴ sobre a audiência do JN, que variou entre 18,6 pontos no seu índice mais baixo a 29,7 pontos em um dia de ápice de público. Em julho de 2015, o Jornal Nacional reunia 25.528.538 entre 198.071.611 considerados telespectadores potenciais³⁵ no Brasil, segundos dados oficiais da Rede Globo, analisados por Becker (2016, p. 44). Portanto, há divergência entre os dados e as notícias publicadas sobre a perda de audiência do JN, mas é fato que houve alteração nos dados em função do momento de transformações, inclusive porque com as novas plataformas de acesso à programação pelo público, a própria aferição da audiência pode ter sofrido interferência.

[...] há uma tendência das redes sociais de romperem com a pauta de debates imposta pelos meios tradicionais, porque a produção de conteúdos na internet, associada à mobilidade, é mais descentralizada e difícil de controlar. [...] No entanto, a televisão ainda é a principal fonte de informação e entretenimento para a maioria da população brasileira, reunindo mais de 69% dos investimentos publicitários em 2014 e 2015, e os noticiários televisivos configuram-se como os produtos de informação de maior impacto no país (BECKER, 2016, p. 43).

Outro ponto importante é considerar que mesmo com o avanço das tecnologias e o crescente acesso aos conteúdos de informação digital, a televisão ainda se configura como um meio de massa por excelência e seu alcance é inquestionável.

Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia³⁶ de 2016, para 69% dos participantes, a televisão ainda é o meio mais procurado para se informar sobre o que acontece no Brasil.

³⁴ Principal empresa que atua na medição, planejamento e monitoramento das mídias. Uma das principais funções do Ibope é a aferir a audiência dos programas na televisão. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/quem-somos/> <Acesso em: 21/06/2017>.

³⁵ Dados de acordo com o Ibope Media Workstation de março de 2015 (BECKER, 2016, p. 44).

³⁶ Pesquisa realizada pela Secretaria de Comunicação Social (Secom), da Presidência da República. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view> <Acesso em: 21/06/2017>.

Em seguida vem a internet, com 26%, depois o rádio e o jornal, respectivamente com 7% e 3%. Esses dados ainda mostram que 77% assistem televisão sete dias por semana. Quando questionado sobre qual emissora assistem, dentre as abertas ou pagas, a Globo foi citada por 56% dos participantes, em primeiro lugar. A média de tempo que os participantes assistem à TV é de 201,3 minutos de segunda a sexta e 219 minutos aos finais de semana. Sobre o uso da internet, os números são curiosos, pois mesmo diante das facilidades propostas pela era digital, 37% dos entrevistados nunca acessam a internet, enquanto 50% utilizam sete dias por semana. Quando questionados sobre o lugar em que estão quando acessam a internet, 79% responderam que acessam nas suas casas, seguidos por 13% no trabalho e apenas 2% da rua. O dispositivo em que a internet mais é acessada é o celular, com 72%, em seguida o computador com 25%. Os dados da pesquisa revelaram que os participantes passam mais tempo na internet do que na TV, com média de tempo de 283,8 minutos de segunda a sexta-feira e 271,7 nos finais de semana.

Dados³⁷ divulgados pelo IBGE, em 2015, mostram que o acesso à internet em domicílios chegou, até 2015, a 49,4% da população, o que equivale a 85,6 milhões de brasileiros. Em relação à televisão, o IBGE identificou que a maioria dos domicílios no país possui o aparelho, cerca de 103 milhões de televisores instalados (BECKER, 2016, p. 42).

[...] o cruzamento das informações pode indicar algumas perspectivas para uma compreensão mais consistente das audiências de televisão e dos telejornais no país, até porque o consumo de conteúdos e formatos televisivos se expande em outras telas, para além dos televisores domésticos. O próprio Ibope afirma em seu *site* que a audiência de TV no Brasil não tem caído, pelo contrário, tem aumentado; e o que o instituto observa é uma tendência de consumo simultâneo dos meios (BECKER, 2014, p. 46).

Contudo, o Ibope anunciou em seu *site*³⁸ que a partir de 2015 a empresa começaria uma nova medição – o *Time Shifted Viewing* (TSV). Nesta aferição, seriam consolidados, num primeiro momento, os resultados de audiência da programação gravada e assistida posteriormente à audiência já mensurada no Rio de Janeiro e em São Paulo e, depois estaria disponível a todo mercado. Para 2016, a promessa é que a medição abrangeria o

³⁷ Os dados são referentes a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2013 e foram divulgados pelo IBGE no dia 29/04/2015. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/tecnologia/2015/04/acesso-internet-chega-494-da-populacao-brasileira> <Acesso em: 21/06/2017>.

³⁸ Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/ibope-media-inicia-a-entrega-do-time-shifted-viewing/> <Acesso em: 21/06/2017>.

consumo da programação de TV disponibilizada *on demand*. Segundo o Ibope Media, esse sistema seria o primeiro passo rumo à medição de audiência de TV 360°, que em 2015 se completará com a medição de TV em dispositivos móveis e no computador (BECKER, 2016, p. 46).

Para Becker (2016, p. 11), as atuais transformações que os meios de comunicações vêm passando, com o desenvolvimento e o uso de tecnologias digitais, interferem diretamente nas “relações econômicas, sociopolíticas e culturais na sociedade contemporânea globalizada” e isso provoca reconfigurações nos modelos atuais de produção, circulação da informação e consumo e, conseqüentemente, na própria televisão.

O *Jornal Nacional*, nosso objeto de estudo frente às reconfigurações dos telejornais nessa era digital e de convergência dos meios, como já dissemos, é um dos mais importantes e com maior índice de audiência na televisão. Por isso, qualquer alteração no seu formato se configura historicamente como importante para os estudos e análises na área de comunicação, já que o seu público consolidado nesses quase 50 anos de telejornal tem uma familiaridade e identificação com seus modelos estabelecidos. Toda mudança é significativa e denota preocupação no acompanhamento das possibilidades das novas tecnologias e na ampliação da aproximação ao público, que tem cada vez mais acesso às novas ferramentas e às informações por diferentes plataformas.

No item seguinte, vamos descrever algumas transformações – sobretudo do ponto de vista do cenário do programa – por que passou o *Jornal Nacional* nos últimos anos. Essas transformações podem indicar mudanças significativas nos modos de ver televisão, mas sobretudo na maneira como a visualidade do mundo passa a ser percebida pelo público, em função da interferência das imagens de seu cotidiano.

4.2. Visualidades do *Jornal Nacional*: cenários de transformação

No ano de sua estreia, 1969, as imagens da televisão ainda eram em preto e branco e os apresentadores Hilton Gomes e Cid Moreira tinham, ao fundo, no cenário, a antiga logomarca da Rede Globo. Em 1972, com a chegada da cor na televisão, aparece pela primeira vez o mapa-múndi ao lado da logomarca do *Jornal Nacional* no cenário. Em 1979, o enquadramento dos locutores passou do close para o plano americano, que mostra a imagem do apresentador até a cintura, e o cenário do telejornal ganhou mais uma parede,

o que possibilitou o jogo de câmeras e uma maior movimentação dos apresentadores. Em 1985, o cenário ganhou telas ao fundo, que permitiam a exibição de imagens relacionadas à reportagem chamada pelo apresentador.³⁹

Em 1989, a direção de arte promoveu uma renovação nos cenários e nos efeitos visuais. A vinheta do jornal, com o logotipo JN, foi aprimorada por computação gráfica. Na abertura, o símbolo da emissora foi encurvado para dar impressão de profundidade. O cenário agora tinha uma bancada de acrílico, iluminada por luz neon vermelha, onde ficavam os locutores. Havia mais de 50 selos relacionados às editorias de economia, política, esporte e geral, imagens feitas no computador que eram usadas para ilustrar o assunto e colocadas na tela, em perspectiva, ao fundo e ao lado do locutor. Nessa mesma época também houve uma mudança no arranjo da vinheta de abertura do programa.⁴⁰

Em 1996, quando houve a mudança de apresentadores na bancada dando lugar a jornalistas e não mais locutores, momento em que William Bonner e Lilian Wittl Fibe assumem o papel de âncoras do JN, como indicamos no capítulo anterior, na edição que foi ao ar em 29 de março de 1996, Cid Moreira dá o aviso ao final do programa, demarcando a mudança como parte de um processo constante de melhorias da emissora em busca de qualidade, como mudanças nos cenários e no formato.

Cid Moreira: Dentro do processo permanente de melhoria da qualidade de seu jornalismo, a Rede Globo muda, a partir de domingo os seus telejornais e programas jornalísticos que ganham também novos cenários [...]

Sérgio Chapelin: [...] E o Jornal Nacional muda de formato, ganha mais agilidade, mais análise, opinião e editoriais apresentados por Cid Moreira. E terá como apresentadores Lilian Wittl Fibe e William Bonner.⁴¹

Nesse mesmo ano também houve a implantação do foi chamado de “nova concepção”, mantendo a estética adotada anteriormente, porém com características mais dinâmicas e mais possibilidades de a câmera passear no estúdio e explorar diferentes efeitos de luz. O cenário manteve o azul, que segundo o *site* Memória Globo, “é a marca registrada” do JN e a novidade em relação ao cenário anterior foram as logomarcas do

³⁹ Informações disponíveis em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/primeiros-anos.htm> <Acesso em: 21/06/2017>.

⁴⁰ Informações disponíveis em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/inovacoes.htm> <Acesso em: 21/06/2017>.

⁴¹ Transcrição da autora. Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=U64Eq68pVck> <Acesso em: 21/06/2017>.

telejornal, que passaram a ser sustentadas por um fio quase imperceptível, dando a ideia de flutuarem no ambiente.⁴²

Em 2000, o *Jornal Nacional* passou por uma completa reformulação e passou a ter a redação como cenário, deixando o seu estúdio tradicional. Quando a redação aparece é possível ver, ao fundo, monitores de TV, computadores e outros profissionais trabalhando. A bancada, que agora tinha monitores e computadores, foi transferida para um mezanino, construído a três metros e meio de altura do chão. Na abertura, uma grua passou a mostrar as atividades da redação. “Nesse movimento, entram em cena sete painéis de 12 metros de largura, presos ao teto. Ao final, formam um grande mapa-múndi estilizado, com o Brasil no centro”. Dentre as mudanças é possível ver o avanço tecnológico, os selos, por exemplo, passam a ser projetados por um refletor, e não mais por chroma-key, misturando-se ao fundo da redação.⁴³ A mudança foi comentada na edição no JN de 26 de abril de 2000. Na fala do âncora William Bonner é possível notar a tentativa de aproximação com o público, quando ele diz que o cenário é um presente para comemorar os 35 anos do que chama de “parceria” da TV Globo com seus espectadores.

William Bonner: Este 26 de abril foi um dia especial para o Jornal Nacional. O dia em que nós passamos a apresentar as principais notícias do Brasil e do mundo aqui, no ambiente da nossa redação de jornalismo. E este novo cenário chegou como um presente. Porque neste 26 de abril de 2000 nós estamos comemorando o aniversário de uma parceria: os 35 anos da TV Globo. Os 35 anos da Globo com você.⁴⁴

Em 2009, mais uma reformulação no cenário do *Jornal Nacional*, que estava fazendo 40 anos. O globo terrestre, acima da redação, ganhou movimento. Foi instalado um telão para mostrar imagens e ilustrações complementares às reportagens do JN, e os apresentadores ganharam uma bancada ergonômica. Como de costume, as mudanças foram exibidas no programa. Na edição do dia 31 de agosto de 2009, o *Jornal Nacional* começou com Fátima Bernardes comentando as mudanças na redação, logo após, já na bancada William Bonner falou sobre outras mudanças no cenário e até no conforto que teriam para apresentar o programa, sempre procurando trazer o público para perto dos bastidores do programa, como se abrissem às portas ao seu público. Nota-se uma performance bem coloquial do âncora ao apresentar a bancada e ao falar do globo terrestre no centro da

⁴² Informações disponíveis em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/nova-concepcao.htm> <Acesso em: 21/06/2017>.

⁴³ Informações disponíveis em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/redacao-como-cenario.htm> <Acesso em: 21/06/2017>.

⁴⁴ *Idem* ao 43.

redação, principalmente na fala, visivelmente improvisada: “mas a novidade é que agora o globo gira porque a terra gira, é assim que as coisas são, o tempo não para. E o Jornal Nacional também não pode parar”.

Fátima Bernardes: Olá, boa noite! Hoje eu vou começar a apresentação do Jornal Nacional aqui na redação, que é o lugar aonde chegam as notícias trazidas por nossos repórteres e produtores. Nos últimos nove anos esse foi o nosso cenário. Para essa semana, que o jornal completa 40 anos, nós fizemos uma reforma. A partir de hoje você vai ver aqui no fundo da redação esse telão, que além de lindo, ele traz informações também. Por exemplo: quando nós formos chamar um correspondente internacional em Nova Iorque, a imagem que você vai ver é a da cidade. [...] Agora eu vou lá para cima e enquanto isso o William mostra para você outras novidades que ele tem por lá.

William Bonner: Olá, boa noite! A Fátima já mostrou como está a nossa redação depois da reforma, agora é a sua vez de conhecer o cenário, o local onde a gente vai apresentar o Jornal Nacional daqui por diante, todas as noites. O espaço físico é o mesmo, mas mudaram os móveis. Agora a gente tem aqui uma mesa novinha. Ela foi desenhada respeitando as medidas de cada um dos apresentadores, isto é, ela respeita a chamada ergonomia e com isso o conforto dos apresentadores vai ser muito maior [...] Nós temos aqui para cada um, um computador. Isso já existe desde o ano 2000, só que esse computador está mais bonito e você está tendo a chance de ver hoje os bastidores de uma mesa que em geral você só via pela frente [...] Aqui atrás você vê o globo terrestre agora em movimento. O globo já estava aí desde o ano 2000, quando a gente se mudou para essa redação [...] mas a novidade é que agora o globo gira porque a terra gira, é assim que as coisas são, o tempo não para. E o Jornal Nacional também não pode parar (começam a apresentar o telejornal).⁴⁵

Em abril de 2015, em comemoração aos 50 anos da emissora, o *Jornal Nacional* teve mais uma vez o seu cenário reformulado. Renata Vasconcellos e William Bonner ganharam uma bancada mais moderna. Com espaço mais amplo e claro, os apresentadores passaram a se movimentar livremente pelo estúdio, transmitindo notícias na bancada, de pé e em diversos ângulos. As conversas em tempo real com correspondentes e equipes de reportagem ficaram mais livres e interativas no telão. As informações meteorológicas passam a serem dadas ao vivo, pela jornalista Maria Julia Coutinho, a Maju, como é chamada por Bonner, e direto da redação de jornalismo da emissora, em São Paulo. Ao fundo, um telão ainda maior, no qual são exibidas imagens em alta resolução.⁴⁶

Becker (2016) sintetiza o que, de fato, significam as mudanças para os formatos dos programas:

⁴⁵ *Idem* ao 43.

⁴⁶ *Idem* ao 43.

De qualquer modo, o incremento do uso de computadores e da internet no Brasil e os efeitos da convergência já incidem sobre a linguagem dos noticiários televisivos. Nos telejornais de rede, os efeitos da convergência ainda estão restritos, basicamente, a mudança de cenários ou à breve movimentação no estúdio e a uma *performance* mais informal dos âncoras e repórteres, embora os noticiários do horário nobre também passem a incorporar conteúdos colaborativos e a destacar o testemunho, estratégia comumente usada pelos telejornais locais (BECKER, 2016, p 48).

Para Cannito (2010), “a experiência cultural de ver televisão não será extinta pelas possibilidades da internet e de fenômenos como o vídeo na internet (YouTube)”, segundo o autor, essa experiência cultural têm características próprias que continuarão existindo mesmo na era de convergência midiática e que modelos de sucesso serão aqueles que dialoguem, ainda mais, com os hábitos tradicionais do público.

Quem vai ganhar a batalha não é uma das mídias em sim, mas sim o produtor de conteúdo que souber criar obras que atuem simultaneamente em todas as mídias. E não apenas as mídias digitais. Falar de convergência digital ainda é limitante. A convergência abrange todas as mídias, inclusive as não digitais (CANNITO, 2010, p. 17).

No próximo capítulo, o foco do trabalho recai sobre as recentes transformações no formato do telejornal *Jornal Nacional*. Sem a pretensão de fazer uma análise profunda, mas apenas indicando alguns aspectos da reconfiguração do JN nos últimos anos, analisaremos as transmissões realizadas durante os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro. Esse momento, constitui-se, pela possibilidade tecnológica que a temática permitia, numa espécie de balão de ensaio para as transformações que seriam implementadas pelo Jornal a partir de junho de 2017, e que também serão brevemente analisadas no capítulo.

5. O JORNAL NACIONAL: DA SALA DE VISITAS AOS PASSEIOS DIANTE DO PÚBLICO

Como último percurso dessa monografia, propomos neste capítulo, a analisar o Jornal Nacional em dois momentos distintos: a última semana dos Jogos Olímpicos, de 15 a 20 de agosto de 2016, sediados no Rio de Janeiro; e a primeira semana do telejornal, após a mudança de prédio e repaginação da redação, de 19 a 24 de junho de 2017. Para a última semana das Olimpíadas, usamos o *site*⁴⁷ do JN, para uma análise mais próxima dos modos de assistir ao programa nos dispositivos que não a televisão e observar como se dão as experiências do público nesses meios. A íntegra do telejornal não estava mais disponível. Tentamos contato com o Centro de Documentação (Cedoc), da Rede Globo, para verificar a possibilidade de acesso ao material, mas não recebemos retorno em tempo hábil de terminar esse trabalho. Porém, todo o conteúdo exibido em cada edição diária, estava disponível na página do *site*, com vídeos fragmentados de cada reportagem apresentada.

Na análise da semana que o JN ganhou novo prédio e redação, o telejornal foi acompanhado na TV aberta e foram feitas anotações, porém, posteriormente utilizou-se como apoio a íntegra no *site* para pequenas consultas. Foi feita uma análise minuciosa do primeiro dia, 19/06/2017, para analisar as repercussões e impactos do primeiro momento em que a mudança foi ao ar. Os *prints*, utilizados para ilustrar as alterações, foram tirados dos vídeos no *site* do programa. Elegemos para essa análise as categorias: performances dos apresentadores e repórteres, cenário do telejornal, artes gráficas, escolha feita com base na teoria apresentada no capítulo anterior, e no *link*⁴⁸ ao vivo e o quadro da previsão do tempo.

No *site* do *Jornal Nacional*, a sessão “todas as edições” disponibiliza um calendário para que o internauta escolha os dias que quer assistir ao conteúdo já exibido anteriormente. Ao consultarmos, em junho de 2017, estavam disponíveis as íntegras do início de dezembro de 2016 até os dias atuais. Logo após o término do programa o conteúdo é disponibilizado na internet. Quando acessamos os dias escolhidos para essa pesquisa, pudemos notar, em relação aos vídeos assistidos de 2017, que a lista respeita uma ordem cronológica, de acordo com a edição final do programa. O primeiro *link* das páginas

⁴⁷ <http://g1.globo.com/jornal-nacional/> <Acesso em: 21/06/2017>.

⁴⁸ Segundo Paternostro (2006), *link* é “a ligação abstrata entre dois ou mais pontos para transmissão de sinais de imagem e som. Essa linha de transmissão pode ser através de antenas parabólicas ou pelo sistema digital” (PATERNOSTRO, 2006, p. 203). Nos telejornais, *link* é o momento em que o apresentador chama um jornalista de alguma localidade para informações ao vivo.

diárias das edições é a sessão “VC NO JN”, disponibilizando um canal de participação e sugestão do público com o telejornal. A colaboração limita-se ao envio de vídeos ou imagens para a produção do programa. A intenção da escrita “vc”, a palavra “você” abreviada, é reproduzir a linguagem utilizada na internet, buscando uma aproximação do público que acessa a esse meio.



Figura 3: Sessão “vc no JN” no *site*
Fonte: *Site* do Jornal Nacional

Ao assistir os vídeos pudemos perceber que apesar de fragmentados, talvez com a intenção de proporcionar outras experiências, como a disponibilização dos vídeos divididos em partes e por temas, com o acesso *on demand* das reportagens, permite que o público vá direto ao que quer assistir, sem ter que ver ao jornal todo. Ainda não foi pensado um conteúdo próprio para as outras plataformas, que apesar de linguagem parecida com a TV, talvez exijam maior atenção das técnicas audiovisuais, como: enquadramento, modo de filmagem, qualidade e tamanho do vídeo para a tela de dispositivos móveis, já que o conteúdo é mera distribuição da programação no *site* do jornal e aplicativo Globo Play.

5.1. *Jornal Nacional* e as Olimpíadas

A novidade para essa última semana do maior evento esportivo mundial é que os apresentadores do *Jornal Nacional* dividiram-se entre o Parque Olímpico, lugar onde acontecia a maior parte das competições, e o habitual estúdio no Jardim Botânico, também

no Rio de Janeiro. Nesta semana, Renata Vasconcelos apresentou o JN do estúdio exclusivo da Rede Globo nas instalações do evento, no Parque Olímpico, na Barra da Tijuca, enquanto William Bonner permaneceu na redação, sozinho na bancada. Todos os assuntos pertinentes ao esporte, resultados dos jogos, informações sobre os atletas e qualquer acontecimento ligados às Olimpíadas eram comandados por Renata, com a participação do comentarista e narrador Galvão Bueno, que inclusive lia a “cabeça” das reportagens alternadamente com a apresentadora. William, da redação, era o responsável pelas outras notícias gerais referentes à política, mundo e factuais. Após a exibição das reportagens na redação, por exemplo, William dizia: “A gente volta agora ao Parque Olímpico com informações da Renata Vasconcelos e Galvão Bueno”⁴⁹. A escalada⁵⁰, diferente do que estamos acostumados, tiveram a participação dos três, que liam os destaques alternadamente.



Figura 4: Renata Vasconcelos e Galvão Bueno, no estúdio do JN no Parque Olímpico.
Fonte: *Site do Jornal Nacional*

O quadro da previsão do tempo foi chamado por William Bonner, da redação, e seguiu os moldes habituais desde a mudança, em abril de 2015. Maria Júlia Coutinho, mais conhecida como Maju, apresenta o quadro de forma leve e descontraída, com linguagem mais próxima do coloquial, amenizando os termos técnicos climáticos. Segundo Pereira (2015), o apelido da jornalista foi incorporado ao programa no dia 12 de maio:

⁴⁹ Trecho retirado da edição do dia 16 de agosto de 2016, do Jornal Nacional, da rede Globo. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/edicoes/2016/08/16.html> <Acesso em: 21/06/2017>.

⁵⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0PYR3ZdqjU> <Acesso em: 21/06/2017>.

[...] William Bonner perguntou se ela gostaria de ser chamada pelo nome ou pelo apelido. "Maria Júlia, só para terminar... O que você prefere? Maria Júlia ou Maju, como você se intitula nas redes sociais?", perguntou o apresentador. "E que, aliás, os seus fãs e público ficam pedindo". "Eu prefiro Maju", afirmou a garota do tempo. "A partir de hoje, Maria Júlia Coutinho será também, Maju", explicou Bonner. "Ai! Adorei!", exclamou a moça. "Até amanhã, Maju", brincou Renata Vasconcellos. Chamar alguém pelo apelido é mais uma das novidades do noticiário. Desta forma, quebra-se a sisudez característica do telejornal e aproxima-se cada vez mais do telespectador (PEREIRA, 2015, p. 52).



Figura 5: Quadro da previsão do tempo, com Maria Julia Coutinho
Fonte: Site do Jornal Nacional

Nessa semana não houve perguntas do William para a Majú sobre o clima. Como vamos ver adiante, na outra semana que analisaremos, o hábito é rotineiro, porém, ainda há o diálogo descontraído entre os dois, como na edição do dia 15 de agosto de 2016, que William confessa o que diz ter sido um “mico”, o erro de dirigir-se a câmera errada.

William Bonner: Agora é que a gente vai saber da previsão do tempo. Já “tava” me antecipando aqui na câmera errada, Maju. Olha o mico de novo! Estou virando especialista em pagar mico no Jornal Nacional. Boa noite pra você!

Maju: Oi, Bonner! Magina! Boa noite pra você e pra todos!⁵¹

Em entrevista⁵², o editor-chefe adjunto do telejornal, Fernando Castro, apresenta as mudanças no quadro da previsão do tempo, o que segundo ele, teve a tecnologia como fator determinante:

⁵¹ Trecho retirado da edição do dia 15 de agosto de 2016, do Jornal Nacional, da Rede Globo. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/edicoes/2016/08/15.html> <Acesso em: 21/06/2017>.

⁵² Entrevista retirada do Trabalho de Conclusão de Curso de Ingrid Borges Duarte Pereira, de graduação em Comunicação Social, para a Unb, tema: **Jornal Nacional: a nova cara do telejornalismo da Globo**. Disponível em: http://bdm.unb.br/bitstream/10483/12161/1/2015_IngridBorgesDuartePereira.pdf <Acesso em: 25/06/2017>.

Quando a gente começou a testar o cenário vimos que existia essa possibilidade desse efeito, em que parece que quem está aqui no estúdio do Rio de Janeiro está conversando realmente do lado da pessoa que está em São Paulo. Isso abriu uma janela de oportunidade para inovar no mapa-tempo. Em São Paulo, a gente aproveitou uma estrutura enorme que eles têm lá, de arte e tudo mais. A gente foi unindo, juntando e quando conseguiu colocar tudo junto chegou à conclusão de que era uma coisa bacana (CASTRO *In* PEREIRA, 2015, p. 54).

As artes gráficas estavam presentes em quase todas as reportagens apresentadas. Aliás, por conta do evento, percebemos uma quantidade maior de “reportagens especiais”, sobre a vida dos atletas, a trajetória das equipes brasileiras nos jogos, resultados inesperados, sentimentos dos familiares dos atletas frente aos resultados, etc. Os créditos dos entrevistados e das fontes, nas reportagens que envolviam o evento, ganharam arte com as cores que remetiam aos arcos olímpicos. Animações e artes gráficas relacionadas aos atletas eram projetadas no estúdio ao longo do programa. Outra demanda do evento foi o grande número de jornalistas vindos de outras áreas do jornalismo da Globo, como o SporTV, nas reportagens sobre os jogos. A dinâmica dos *links* chamados por Renata e Galvão seguiu a mesma estrutura dos já observados no estúdio: os apresentadores caminhavam até o telão e dialogavam com os jornalistas no momento que passavam as informações.



Figura 6: Animação dos créditos remetendo às cores dos arcos olímpicos
Fonte: *Site* do Jornal Nacional

Na edição do dia 19 de agosto Galvão estava no estádio Engenhão, no Rio de Janeiro, onde fazia a cobertura do atletismo, Renata no estúdio do Parque Olímpico e

Bonner, da redação. Do Engenhão, Galvou chamou reportagens e entrevistou atletas com Renata Vasconcelos, um formato bastante diferente do habitual jornal, possível a partir de todos os avanços tecnológicos e preocupação em mostrar para o público que o *Jornal Nacional* estava presente em um evento importante como as Olimpíadas.

Como vamos ver adiante nas edições do programa de 2017, nessas também há o convite para o público acessar a plataforma da Globo Play, em dispositivos móveis ou computadores, para ver a programação posteriormente. No dia 19 de agosto de 2016, Bonner faz uma brincadeira, incluindo comentários pessoais e informais, com Maju, dizendo para ela conferir a plataforma depois que o programa acabar:

William Bonner: Haja coração! Aliás, Maria Júlia Coutinho você viu que a Lucrecia falou de você no Haja Coração agora pouco.

Maju: Me falaram. Eu não vi. Você viu?

William Bonner: Eu vi. Eu assim, né... porque eu também tava preparando o JN para entrar. Você devia tá fazendo a mesma coisa. Eu tenho uma sugestão pra você: Globo Play depois do JN. Você vai ver e eu também vou. Para ver em que circunstâncias você foi citada.⁵³

Diariamente Renata e Galvão recebiam os atletas medalhistas brasileiros para entrevista no estúdio. No estúdio, que não tinha bancada, Renata e Galvão apresentavam o programa de pé. Na edição do dia 20 de agosto de 2016, sábado, Bonner e Maria Júlia estavam de folga. O programa foi transmitido apenas do estúdio do Parque Olímpico, por Renata Vasconcelos, e Galvão Bueno, que estava no estádio Maracanã, no Rio de Janeiro, palco da decisão entre Brasil e Alemanha, pelo futebol, que teve a seleção brasileira vitoriosa. Nesse dia, Renata apresentou todos os tipos de notícia, inclusive a previsão do tempo, com a entrada de Izabella Camargo.

A página com as reportagens disponíveis em cada dia no *site* do JN tinha em média 20 vídeos, que tinham duração que variava de 25 segundos, por exemplo, uma nota coberta por imagens, a 3 minutos, em uma reportagem normal, chegando até 13 minutos, em reportagens especiais, por exemplo, a sobre o ouro conquistado pela seleção masculina brasileira de futebol, na edição do dia 20 de agosto de 2016. Algumas reportagens disponibilizavam *link* pra matéria escrita nos *sites* de jornalismo da Globo.

⁵³ Trecho retirado da edição do dia 20 de agosto de 2016, do Jornal Nacional, da Rede Globo. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/edicoes/2016/08/19.html> <Acesso em: 21/06/2017>.

5.2. Jornal Nacional, século XXI: convergência midiática e cenário tecnológico.

Na edição do dia 17/06/2017, o JN, sob o comando dos apresentadores plantonistas Carla Vilhena e Heraldo Pereira, anunciou a mudança de local por qual o telejornal passaria, com instalações novas e cenário completamente novo. No vídeo, os âncoras principais falam sobre a nova fase por qual o jornal irá passar, direto das novas instalações, fazendo um convite ao público para viver essa nova experiência informativa.

William Bonner: O Jornal Nacional de segunda vai inaugurar uma fase nova.

Renata Vasconcelos: Um cenário completamente novo pra tornar ainda mais informativa a experiência de assistir o JN.

William Bonner: Com a tecnologia a serviço da notícia. Sempre!

Renata Vasconcelos: Ele foi montado numa redação de jornalismo totalmente nova, que reúne num só lugar jornalistas de TV e da internet. E isso só foi possível porque ela foi construída num prédio completamente novo.

William Bonner: Segunda você é o nosso convidado para conhecer a casa nova do Jornal Nacional.⁵⁴

Na segunda-feira, dia da estreia, a notícia da mudança de casa do telejornal mais importante da televisão foi exibida em todos os programas informativos da emissora, tanto locais como nacionais. O programa *Vídeo Show*⁵⁵ entrevistou William Bonner e Renata Vasconcelos para saber as novidades que aguardariam a edição do *Jornal Nacional* na “casa nova”⁵⁶. O apresentador do *Vídeo Show*, Joaquim Lopes, classifica a mudança como uma “verdadeira revolução” e “um dia muito importante para o jornalismo da Globo”. William Bonner conta para a repórter do programa vespertino, Marcela Monteiro, que a construção do prédio levou três anos e que o grupo de engenheiros responsáveis queria o *feedback* dos profissionais da equipe sobre o que era necessário para que a redação pudesse ser unificada entre as áreas de internet e TV. Segundo a apresentadora Renata Vasconcelos a nova casa proporcionará “integração, agilidade e tecnologia tudo a serviço da notícia”,

⁵⁴ Edição do Jornal Nacional, da Rede Globo, do dia 17/06/2017. Disponível em: http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/jornal-nacional-vai-estar-de-casa-nova-a-partir-de-segunda-feira-19/5947945/?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=jn <Acesso em: 21/06/2017>.

⁵⁵ O programa, exibido desde 1983, reúne informação e entretenimento em formato jornalístico, e vai ao ar de segunda à sexta-feira às 13h45. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/video-show/ficha-tecnica.htm> <Acesso em: 21/06/2017>.

⁵⁶ Entrevista concedida ao programa *Vídeo Show*, da Rede Globo, exibido no dia 19/06/2017. Disponível em: <http://gshow.globo.com/programas/video-show/videos/t/programa/v/william-bonner-e-renata-vasconcellos-se-preparam-para-a-estreia-do-novo-jornal-nacional/5950076/> <Acesso em: 21/06/2017>.

deixando os profissionais de TV e internet mais próximos. Marcela Monteiro comentou sobre a maior integração com o público desde a mudança que levou os apresentadores a se levantarem da banca e andar pelo estúdio ocorrida em 2015. Sobre isso, Bonner comentou:

Parece que foi outro dia. Foi uma revolução o que aconteceu para o Jornal Nacional. A gente preparou aquilo com muito cuidado, com muito carinho, porque era uma ruptura com um formato que existia desde 1969. A ruptura que se deu naquele momento não tem volta, aquele foi, realmente, um grande choque. E o que a gente tem para mostrar para as pessoas aqui, agora, não é uma ruptura com absolutamente nada. Não *no ar*. É uma ruptura com a nossa estrutura de produção, porque agora a notícia vai fluir diretamente da internet para TV e vice-versa. Mas a gente tem o cenário mais bonito, funcional e adequado para um telejornal do planeta Terra.⁵⁷

Após a reportagem, o apresentador do Vídeo Show, Otaviano Costa, ressalta o que seria o propósito da mudança: “é uma indústria, pensada na informação pra você, conjugando a tecnologia, as outras plataformas, pra a gente ficar alinhado com os tempos modernos, mas sem grandes rupturas, afinal de conta nós falamos da mesma coisa que todo o planeta Terra”. Podemos observar nessa fala, o que vimos nos conceitos teóricos propostos por Becker (2016), que apesar de buscarem inovar cada vez mais em prol da convergência, as mudanças de fato ainda são restritas em jornais de rede, como o *Jornal Nacional*. Não há de fato uma grande ruptura se levarmos em consideração as possibilidades que o advento dessa era da mídia com a convergência dos meios nos possibilita, porém, se levado em conta a trajetória do jornal, dá para considerar, como propôs Bonner, como algo com efeitos de ruptura, mesmo que não completamente.

No intervalo da telenovela das 19 horas, Renata Vasconcelos entrou ao ar para a chamada do jornal, com enquadramento bem fechado, que no dia seguinte viria a ser explicado pela própria jornalista que a intenção do plano foi proposital para que o cenário só fosse revelado no momento que a edição fosse ao ar.

Às 20h30 da segunda-feira, 19 de junho, o *Jornal Nacional* foi ao ar, começando pela tradicional escalada, nos mesmos moldes, intercalando as falas dos apresentadores, em plano aberto, com os dois apresentadores visíveis. Aos primeiros segundos já é possível notar o novo arranjo da vinheta ao som de fundo. A escalada termina com Renata Vasconcelos dizendo: “E seja bem-vindo! Você vai conhecer a casa nova do Jornal

⁵⁷ Edição do Vídeo Show, da Rede Globo, exibido no dia 19/06/2017. Disponível em: <http://gshow.globo.com/programas/video-show/videos/t/programa/v/william-bonner-e-renata-vasconcellos-se-preparam-para-a-estreia-do-novo-jornal-nacional/5950076/> <Acesso em: 21/06/2017>.

Nacional”. A seguir, ainda ao som da vinheta, a câmera dá um giro pelo novo estúdio, que fica ao centro da redação, com muitas mesas por todo o espaço, onde estariam os jornalistas de TV e internet, resultado no novo projeto.



Figura 7: Nova redação e novo prédio do Jornal Nacional
Fonte: *Site do Jornal Nacional*



Figura 8: Nova redação e novo prédio do Jornal Nacional
Fonte: *Site do Jornal Nacional*

À primeira vista já é possível notar muitos elementos de inovações tecnológicas, como telões e projeções digitais. Logo nos primeiros minutos, na primeira notícia, que é exibida em formato de *link*, Bonner levanta da bancada e vai ao telão receber informações ao vivo de Brasília, com o repórter Vladimir Neto. Nesse enquadramento, a impressão é de que os dois estão quase que olhando um para o outro, como um diálogo mesmo, como

aconteceu na última mudança pela qual o JN passou em 2015, primeiramente com o quadro da previsão do tempo. O novo modelo que dá a impressão que âncora e repórter dialogam, aparecendo frente-a-frente e de corpo inteiro no enquadramento, o que foi tão bem aceito que agora é utilizado em todos os *links* do telejornal.



Figura 9: William levanta em *link* ao vivo com repórter
Fonte: *Site* do Jornal Nacional

A animação utilizada para creditar fontes e personagens de reportagens também ganhou nova aparência, com mais efeitos e animação de posição. O símbolo do JN, por exemplo, surge na parte inferior do vídeo, ao centro, deslocando-se para a esquerda, onde então aparece o crédito.



Figura 10: Nova animação nos créditos do telejornal
Fonte: *Site* do Jornal Nacional

Na hora da previsão do tempo, ao final do primeiro bloco (ao todo são quatro), como já observado a partir das mudanças anunciadas em 2015, a jornalista Maria Júlia Coutinho apresenta o quadro de modo descontraído se for comparado ao modelo anterior, usando vocabulário diversificado ao falar das condições climáticas e mantendo um diálogo com o apresentador, que também utiliza uma linguagem mais coloquial, como aconteceu na edição em que Renata pergunta “Que que você destaca para hoje?”. Podemos observar na fala que o “que que você destaca” está colocado de forma mais coloquial, certamente com a intenção de usar a fala de modo informal para aproximação com o público. Maju também faz usos de “pra” e “pro”, ao invés de “para” e “para o”, “olha só”, “tá aqui” ao invés de “está aqui”, “frio de quebrar o queixo” e também parabeniza pela nova redação.

Renata Vasconcelos: Olá, Majú! Boa noite! Que que você destaca para hoje?

Maju: Oi, Renata! Boa noite pra você, pro Bonner e pra todos. Parabéns pela casa nova, tá bonita. Olha só, eu começo mostrando quem tá aqui de novo: o frio de quebrar o queixo

Nesse momento aparece na tela ao lado de Maju, imagens de nuvens com as letras “BRRRRRR...”, que ao que parecem procuram remeter à interjeições expressadas no frio, e fala a previsão do tempo em algumas regiões. Ao falar da massa de ar frio: “é que essa massa de ar frio poderosa entrou com tudo aqui pelo Rio Grande do Sul, estendeu suas garras por parte do Centro Oeste e amanhã avança para áreas do Norte e do Sudeste”. Renata conversa com a jornalista: “Maju, mas de uma forma geral, Brasil, esse frio todo vem com chuva ou com tempo firme?”. Maju responde e, como sabemos, fica evidente que as perguntas são combinadas previamente: “olha Renata mais uma vez quem tá levando vantagem é o tempo firme...”.

William levanta mais uma vez para um *link* com informações de Nova Iorque, ao final do terceiro bloco. Na edição deste dia, pudemos observar que os apresentadores levantaram somente nos dois *links* e na previsão do tempo.

Ao final do programa, a última reportagem exibida tratava da mudança da redação para o novo prédio. O apresentador William Bonner faz a chamada para a matéria, feita pelo repórter Pedro Bassan, que passeia pela nova localização, mostrando ao público o que de novo terá essa atualização dos estúdios do telejornal.

São tantos monitores, tantas luzes, tanta inovação, que no primeiro momento a tecnologia parece a estrela principal. Mas a nova redação do jornalismo da Globo foi feita pensando em gente. Tudo a serviço da

informação. Um espaço maior para unir, aproximar, integrar. São 1370 m², o dobro do espaço anterior. 189 postos de trabalho juntando os olhares, o talento e a experiência dos profissionais da Globo, da Globo News e do G1, o portal de notícias na internet. A notícia começa a nascer na sala de apuração. Nas telas, imagens do mundo inteiro, de canais internacionais e das equipes que estão nas ruas, prontas para entrar ao vivo. O cenário do Jornal Nacional está no centro desse novo espaço. As câmeras robóticas têm os braços giratórios, operados por controle remoto. Como você já viu, as ilustrações do Jornal Nacional agora tem três dimensões. Isso é possível porque o novo cenário é formado por duas camadas de imagens. Primeiro esse vidro de 15 metros em curvas, que varia do fosco para o transparente e ao fundo esse telão gigantesco de 3 m de altura por 16 de largura. Uma janela para o mundo. O processo é ágil do início ao fim, com as 18 novas ilhas de edição e as novas cabines de locução. No teto, uma área verde que ajuda a controlar a temperatura do prédio diminuindo o consumo de energia.⁵⁸

A seguir, as imagens que viraram a identidade para as reportagens sobre a operação Lava-Jato, um dos maiores esquemas de corrupção investigados na atualidade, com dinheiro escorrendo pelos dutos. Na primeira imagem, a arte projetada no cenário novo e, logo abaixo, no estúdio antigo.



Figura 11: Arte gráfica no novo cenário da redação, com telões que proporcionam a sensação de perspectiva

Fonte: *Site* do Jornal Nacional

⁵⁸ Trecho transcrito pela autora retirado da edição na íntegra do Jornal Nacional, da Rede Globo, exibido dia 19 de junho. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/edicoes/2017/06/19.html> <Acesso em: 21/06/2017>.



Figura 12: Arte gráfica no antigo cenário
 Fonte: *Site* do Jornal Nacional

Durante a semana, foi possível perceber que as alterações limitaram-se à postura do apresentador, que agora tem um pouco mais de liberdade na bancada, ainda que beirando a formalidade, mas com alguns momentos de descontração, diálogo entre os âncoras, pequenos comentários e levantando da bancada apenas para os links, ao todo cinco durante toda a semana, e para o quadro da previsão do tempo, que agora, mais “soltos”, no desempenho de Maria Júlia Coutinho, ultrapassa os 2 minutos, inclusive com algumas informações sobre clima que não somente números da temperatura, e linguagem coloquial. Nos seis dias de programa o quadro manteve a mesma estrutura: o apresentador (alternaram entre si) levanta-se da bancada, pergunta o que a Maju destaca, assim que ela fornece algumas informações das temperaturas, o apresentador faz mais uma pergunta (os seis dias foram assim), previamente combinada, e a jornalista termina a previsão com informações sobre mais regiões (geralmente as questionadas pelos apresentadores).

No programa de sábado, como habitual, os apresentadores plantonistas, que variam conforme escala, apresentam o programa no lugar dos principais. No sábado, 25 de junho, os apresentadores foram Sandra Annenberg e William Waack, dos programas *Jornal Hoje* e *Jornal da Globo*, respectivamente. A apresentadora do tempo foi Eliana Marques, que utilizou também descontração durante o quadro, mas não com a familiaridade que Maju brinca com os termos.

Ao final do programa desse dia, Sandra Annenberg levanta-se para um *link* sobre as festas de São João e brinca com William Waack no início e ao término da matéria.

Sandra Annenberg: É noite de São João, por isso tem festa por todo Nordeste. Cinquenta mil pessoas lotam o Parque do Povo, em Campina Grande, na Paraíba. (Olha para William) “Vamo pra lá?” (risos)

William: Vamos! Você, no caso.

Sandra: Vamos conversar com Bruno Sakaue, que está por lá. Oi, Bruno! Boa noite pra você! Conta pra gente! Bom a programação hoje não se resume só a forró, né?

[...]

Sandra: (ao final do *link*) Então vou te convidar pra um forró, William!

Os *links* de Brasília, como foi observado ao longo da semana, são mais formais, apesar da estrutura permitir o diálogo entre apresentador e jornalista. Frente à seriedade do assunto, a performance diante das câmeras fica mais limitada, como dito pela repórter Zileide Silva, da filial da emissora em Brasília, em entrevista⁵⁹:

Para reportagem não deu para mudar muito em Brasília, porque Brasília é realmente *hardnews*. Então a gente fica com assuntos extremamente sérios, extremamente pesados. Mas a gente tenta sim. Sempre foi uma preocupação nossa: ter uma linguagem mais coloquial, uma linguagem que todos os telespectadores possam entender. Mesmo porque o Jornal Nacional é um jornal extremamente difícil, porque ele pega da dona de casa à presidente da República; o operário da fábrica e o presidente da Fiesp, o dono da empresa. Então você tem que tentar atingir a todas essas pessoas, a todos esses telespectadores. Então, é um jornal mais difícil. E a gente sempre tentou ter uma linguagem mais acessível a todos. É complicado, mas a gente tenta. Então para ter essa linguagem tão mais coloquial, como eu vejo às vezes em algumas reportagens de São Paulo, reportagens do Rio de Janeiro. A praça Brasília é um pouco mais complicada, mas a gente tenta (SILVA *In* PEREIRA, 2015, p. 107).

Zileide fala⁶⁰ sobre as mudanças que tiveram a estrutura do *link*, depois das reconfigurações do jornal em 2015:

O que mudou no link é que agora é muito mais coloquial, é muito mais conversado. Porque antes nós tínhamos assim: você tem 45 segundos ou um minuto para fazer um link. Então a gente decorava o texto, um minuto, 45 (segundos), um minuto e meio e íamos para a frente da câmera e falávamos. Decorado. Agora não. Eles não querem. Porque como é para ser um diálogo com o telespectador, mais conversado, então a gente não decora mais o texto. A gente entende o que aconteceu e sempre tem duas perguntas (SILVA *In* PEREIRA, 2015, p. 68).

Em todas as edições, ao final do programa, aparece na parte inferior do vídeo os logos do *Jornal Nacional* e do aplicativo Globo Play com os dizeres “JN tá no Globo

⁵⁹ Entrevista retirada do Trabalho de Conclusão de Curso de Ingrid Borges Duarte Pereira, de graduação em Comunicação Social, para a Unb, com tema **Jornal Nacional: a nova cara do telejornalismo da Globo**. Disponível em: http://bdm.unb.br/bitstream/10483/12161/1/2015_IngridBorgesDuartePereira.pdf <Acesso em: 25/06/2017>.

⁶⁰ *Idem* ao 59.

Play”. Em algumas edições o apresentador convida o telespectador a conferir as reportagens posteriormente no aplicativo, como fez Sandra Annenberg, na edição de sábado: “O Jornal Nacional termina aqui, mas se você quiser rever alguma reportagem, vai lá no Globo Play. Uma boa noite para você!”. Toda a programação da Globo pode ser assistida no aplicativo ou *site*, simultaneamente à exibição na televisão. A proposta é que o público tenha uma televisão móvel, para assistir o que quiserem e quando quiserem. Quando usado nos dispositivos móveis, é como se tivessem a televisão em seu bolso, disponíveis a um *click* ou acesso, onde estiverem. Um alcance possível determinado pela convergência das mídias, sem que a centralidade da televisão seja alterada, já que a produção continua sendo pensada a partir de suas linguagens e formatos, tema central dessa pesquisa.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como vimos, o *Jornal Nacional* passa por constantes reformulações, seja no seu formato, alterando algumas práticas jornalísticas, por exemplo, o ato de levantar da bancada e dialogar com os repórteres que entram ao vivo, como também por mudanças no seu cenário. Há pouco mais de duas semanas ganhou uma nova cara, com um novo prédio e uma redação totalmente repaginada. Mesmo que longe de grandes rupturas com seu formato inicial, as mudanças atuais denotam a preocupação com a manutenção dos moldes para tentar acompanhar os tempos modernos e garantir a fidelidade do público.

Um dos aspectos notáveis até mesmo nas falas dos apresentadores em entrevistas sobre as mudanças é a tentativa relacionar cada uma dessas alterações ao desejo de aproximação com o público de forma a manter ou aumentar a audiência. A interatividade, nesse momento de convergência das mídias, já é uma realidade para toda a programação da televisão, inclusive para o telejornal, que agora sabe que tem um *feedback* do seu público em outras redes, por exemplo, nas redes sociais. Um dos aspectos da interatividade é o convite por parte dos profissionais para que os espectadores acompanhem o conteúdo também pela internet, o que faz com que incluam nos *breaks* da emissora ou mesmo no interior da programação, informações sobre a disponibilidade dos conteúdos nas plataformas digitais, como no aplicativo Globo Play. O público consegue agora, inclusive acompanhar a programação ao vivo por outros dispositivos por essa plataforma.

Em relação aos questionamentos do futuro da televisão da televisão, podemos concluir que mesmo no momento de convergência, em que as pessoas estão assistindo as programações em outros meios e dispositivos, a centralidade da TV como mídia de maior alcance ainda não está ameaçada, e pelos caminhos que estão sendo percorridos, ainda está longe disso. Para Cannito (2010), “ao contrário do que previam os futuristas de plantão, a chegada do digital trouxe um novo florescimento da televisão narrativa” (CANNITO, 2010, p. 18). Como pontuou o autor, a ideia de uma programação individual compromete as interações, debates e costumes, culturalmente habituados, à experiência do *ver TV*, como falamos ao longo da pesquisa. “Assistir televisão, antes de tudo, configura a experiência de construção de uma esfera pública de debates em uma comunidade, uma experiência (física inclusive) com outras pessoas que assistiram ao mesmo programa” (CANNITO, 2010, p. 20).

Hoje os conteúdos disponíveis para os outros meios, ainda são os mesmos produzidos na televisão. Como uma mídia retroalimentando a outra. De acordo com Finger (2014), como dissemos antes, o que ocorre é a distribuição do conteúdo “em diferentes meios sem que haja grandes alterações na mensagem para que o receptor possa acessar e quem sabe interagir”.

Esse talvez seja um ponto crítico, que requer a reflexão por parte das emissoras, se no futuro o seu público advindo de outros dispositivos demandarem um conteúdo com características mais condizentes com o meio convergente. Seria o que Finger (2014) classificou como *Transmedia*, que “o conteúdo é distribuído em diferentes meios e um complementa o outro”, com uma “integração de conteúdos” com os outros meios, o que também considerou Cannito (2010) quando disse que sairá à frente, o produtor de conteúdos que souber criar obras que atuem simultaneamente em todas as mídias. O que concorda com Jenkin (2008) que “a maior mudança talvez seja a substituição do consumo individualizado e personalizado pelo consumo como prática interligada em rede” (JENKINS *apud* CANNITO, 2000, p. 20)

Isso não quer dizer que a TV terá o seu público migrado para outros dispositivos, já que, por si só, o uso exige conectividade e certa cognição, que talvez ainda não esteja acessível a todo público pertencente à televisão.

Sobre o *Jornal Nacional*, as mudanças ainda se limitam ao que já dissemos aqui: transformações no cenário, na arte gráfica, nas performances dos apresentadores, numa busca incessante por aproximação do público. Porém, vale salientar que o programa passa por constantes atualizações e renovações ao longo de sua história. O público já acompanhou inúmeras mudanças, desde o seu surgimento, há quase 50 anos. Como Becker (2016) destacou, os efeitos da convergência nos telejornais em rede ainda são muito restritos, e isso fica evidente quando observamos o *Jornal Nacional*, mesmo que as mudanças ocorridas já tenham sido uma grande ruptura se compararmos com o seu modelo inicial de 1969.

Por último, cabe destacar que esta monografia pretendeu, tão somente, produzir alguns questionamentos que colocam em tensionamento modelos construídos para a televisão no mundo contemporâneo, marcado pela convergência das mídias. Nesse sentido, podemos observar que há mais permanências da televisão com seus modos narrativos históricos, do que grandes rupturas produzidas a partir da inclusão de novos aparatos tecnológicos na sua produção cotidiana.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BARBOSA, Marialva Carlos. Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart.; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. (Orgs). **História da Televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

BARBOSA, Marialva Carlos; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Telejornalismo na Globo: vestígios, narrativa e temporalidade. In: BRITTOS, Valéria Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Orgs). **Rede Globo**: 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus, 2005.

BARBOSA, Marialva. Meios de Comunicação: Lugar de memória ou na história? In: **Contracampo**. Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação UFF. Niterói: Rio de Janeiro, v. 34, n. 3, dez/2015-mar/2016.

BECKER, Beatriz. Entre a narrativa e o acontecimento. In: BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**: Um estudo da Cobertura dos 500 anos do Descobrimento do Brasil. Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.

BECKER, Beatriz. **Televisão e telejornalismo**: transições. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

BOLANO, César; BRITTOS, Valério. **Rede Globo 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

BONNER, William. **Jornal Nacional**: modo de fazer. São Paulo: Globo, 2009.

BORELLI, Sílvia; PRIOLLI, Gabriel. **A deusa ferida**: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta em audiência. São Paulo: Summus, 2000.

CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

FINGER, Cristiane. O telejornalismo na hipertelevisão: os desafios dos produtores e dos receptores das notícias no mundo multitelas. In: VIZEU, Alfredo et al. (Orgs). **Telejornalismo em Questão**. Florianópolis: Insular, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

MATTOS, Sérgio. A evolução histórica da televisão brasileira. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs). **60 anos de Telejornalismo no Brasil**: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional**: a notícia faz história. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

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

PALHA, Cassia Louro. **Participação política e mídia: A pedagogia da desmobilização popular**. Dissertação de mestrado em educação. Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Fluminense, Niterói, 2000

PEREIRA, Ingrid Borges Duarte. **Jornal Nacional**: a nova cara do telejornalismo da Globo. 2015. 124 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

RENAULT, Letícia. Webtelejornalismo: o telejornalismo brasileiro em expansão para o ciberespaço no século XXI. In: VIZEU, Alfredo et al. (Orgs). **Telejornalismo em Questão**. Florianópolis: Insular, 2014.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. A renovação estética da TV. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart.; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. (Orgs). **História da Televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

SIQUEIRA, Fabiana Cardoso; VIZEU, Alfredo. Jornalismo em transformação: as escolhas dos formatos das notícias na TV. In: VIZEU, Alfredo et al. (Orgs). **Telejornalismo em Questão**. Florianópolis: Insular, 2014.

SITES:

Acesso à internet chega a 49,4% da população brasileira

<http://www.ebc.com.br/tecnologia/2015/04/aceso-internet-chega-494-da-populacao-brasileira> <Acesso em: 21/06/2017>.

Acesso à internet cresce no país puxada por smartphones, diz IBGE

<http://www.valor.com.br/empresas/4815696/aceso-internet-cresce-no-pais-puxada-por-smartphones-diz-ibge> <Acesso em: 21/06/2017>.

Boni – Memória Globo

<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/boni.htm> <Acesso em: 13/04/2017>.

IBGE: 40% dos brasileiros têm televisão digital aberta

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-04/ibge-embardada-ate-amanha-10h-0604> <Acesso em: 21/06/2017>.

IBGE: pela 1ª vez, domicílios brasileiros têm mais TV e geladeira do que rádio

<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2012-04-27/ibge-pela-1-vez-domicilios-brasileiros-tem-mais-tv-e-geladeira-d.html> <Acesso em: 21/06/2017>.

IBOPE Media inicia a entrega do Time Shifted Viewing

<https://www.kantaribopemedia.com/ibope-media-inicia-a-entrega-do-time-shifted-viewing/> <Acesso em: 21/06/2017>.

Jornal de Vanguarda – Memória Globo

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-de-vanguarda/evolucao.htm> <Acesso em: 11/04/2017>.

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-de-vanguarda/formato.htm> < Acesso em: 11/04/2017>.

Jornal Nacional – 29/03/1996

<https://www.youtube.com/watch?v=U64Eq68pVck> <Aceso em: 23/06/2017>

Jornal Nacional – Escalada e encerramento (18/08/2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=0PYR3ZdqrjU> <Aceso em: 23/06/2017>

Jornal Nacional – Memória Globo

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional.htm> <Acesso em: 11/04/2017>.

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/primeiros-anos.htm> <Acesso em: 11/04/2017>.

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/inovacoes.htm> <Acesso em: 11/04/2017>.

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/o-jornalismo-eletronico-e-os-reporteres-de-video.htm> <Acesso em: 11/04/2017>.

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/jornalistas-como-apresentadores.htm> <Acesso em: 11/04/2017>.

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/nova-concepcao.htm> <Acesso em: 11/04/2017>.

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/redacao-como-cenario.htm> <Acesso em: 11/04/2017>.

Jornal Nacional – Portal G1 entra no ar (18/09/2006)

<https://www.youtube.com/watch?v=yowGc49SmkI> <Acesso em: 21/06/2017>.

Jornal Nacional vai estar de casa nova a partir de segunda-feira (19)

http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/jornal-nacional-vai-estar-de-casa-nova-a-partir-de-segunda-feira-19/5947945/?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=jn <Acesso em: 18/06/2017>.

Kantar IBOPE Media – Quem Somos

<https://www.kantaribopemedia.com/quem-somos/> <Acesso em: 21/06/2017>.

Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – Secretaria de Comunicação Social

<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view> <Acesso em: 19/06/2017>.

Roberto Marinho – Memória Globo

<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/roberto-marinho/sobre.htm> <Acesso em: 21/06/2017>.

‘Testemunha ocular da História’, ‘Repórter Esso’ fez sucesso no rádio e na TV

<http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/testemunha-ocular-da-historia-reporter-esso-fez-sucesso-no-radio-na-tv-19930939> <Acesso em: 23/04/2017>.

Vídeo Show – Memória Globo

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/video-show/ficha-tecnica.htm> <Acesso em: 23/06/2017>.

William Bonner – Memória Globo

<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/william-bonner.htm> <Acesso em: 18/05/2017>.

William Bonner e Renata Vasconcellos se preparam para a estreia do novo 'Jornal Nacional'

<http://gshow.globo.com/programas/video-show/videos/t/programa/v/william-bonner-e-renata-vasconcellos-se-preparam-para-a-estreia-do-novo-jornal-nacional/5950076/>
<Acesso em: 21/06/2017>.