



## A construção do povo brasileiro no discurso do JN<sup>1</sup>

Lara Linhalis Guimarães<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

**Resumo:** A partir da crença de que o telejornalismo contribui na identificação dos “brasileiros” como membros da família nacional, este artigo propõe reflexões a partir do seguinte questionamento: como o povo brasileiro é construído discursivamente no Jornal Nacional (JN)? Com base em um estudo teórico interdisciplinar e direcionado nosso olhar pela Análise Crítica do Discurso (ACD), buscamos compreender o discurso telejornalístico dentro de uma relação dialógica entre texto e contexto, analisando as edições do JN veiculadas no período de uma semana.

**Palavras-chave:** discursos; telejornalismo; identidade nacional.

Partimos do pressuposto de que os meios de comunicação articulam-se cotidianamente com o contexto sócio-histórico no qual estão inseridos, de forma a legitimar ou contestar ideologias, pensamentos, construções simbólicas, imaginários. Nessa perspectiva entendemos que os textos midiáticos contribuem para a construção do senso de pertença a uma comunidade nacional, bem como são estratégicos na legitimação ou transformação da memória coletiva que integra a identidade de uma nação.

Sendo o telejornalismo, mais propriamente o Jornal Nacional (JN), importante fragmento da cultura da mídia no que diz respeito à informação e entretenimento para grande parte da população brasileira, poderíamos estabelecer uma relação mutualística entre os discursos sobre o povo brasileiro e o telejornal global. É com base nessas proposições que se articula a questão de pesquisa investigada nesse artigo: *como o brasileiro é construído discursivamente no JN?* A partir dessa questão central, há uma reflexão teórica interdisciplinar, por meio de autores que trabalham com os pares conceituais “identidade e nação” e “telejornalismo e discurso”.

Na extensa bibliografia disponível sobre a temática depreende-se que o sistema de representação aporte à concepção e exercício de uma nacionalidade, foi por diversos ângulos objeto de estudo de muitos pesquisadores. Então, por que (re)pensar a nação na atualidade? Ou então, por que (re) pensar a relação entre jornalismo e construção do

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT Jornalismo e Editoração, do Inovcom, evento componente do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Email: laralinhalis@yahoo.com.br.



senso de pertença à nação? Levando em consideração as potencialidades “interinfluentes” da contemporaneidade, bem como o caráter paradoxal de seus desdobramentos, acreditamos ser importante compreender de que maneira as narrativas tradicionais são (re)atualizadas pela mídia na medida em que vivenciamos a aceleração dos fluxos comunicacionais entre sociedades, culturas, nacionalidades.

Questões outras, mais específicas, foram surgindo na medida em que se desenvolveu o estudo teórico: 1) que tipo de estrutura narrativa é utilizada na conformação das reportagens do JN, logo, como aporte à imaginação do povo brasileiro? 2) quais os possíveis porquês em tais imaginações da cultura nacional (marcas ou ausências de todo um contexto produtivo interno e externo condicionante, assim como interdiscursos explícitos e implícitos) 3) quais as possíveis implicações sociais no sentido de manutenção ou transformação do imaginário sobre a brasilidade?

De acordo com nosso enfoque, o discurso jornalístico foi compreendido como “produção complexa”, cuja análise e interpretação exigiram métodos de leitura capazes de articular sua inserção nas relações sociais em que são criados, veiculados e recebidos. Por isso, a metodologia escolhida a fim de compreender o diálogo entre o Jornal Nacional e o “povo brasileiro”, bem como responder as questões apresentadas acima, tem como base a Análise Crítica do Discurso (ACD), tal como proposta por Norman Fairclough, tendo como recorte as edições de 07 a 11/01/2008.

Acreditamos que ao estudar o telejornalismo lançamos também o olhar para a compreensão do universo social no qual estamos imersos, assim como das diferentes identidades a partir das quais somos constituídos. Dessa forma, compreender de que forma são tecidas as mensagens telejornalísticas é útil se queremos desvendar os diferentes discursos que se entrelaçam em rede, e também via TV, na construção da auto-imagem do brasileiro.

### **A identidade nacional brasileira imaginada no século XX: a rede articulada entre intelectuais e Estado**

Benedict Anderson, em sua reflexão sobre a origem e expansão do Nacionalismo, define a nação como comunidade política imaginada: “É imaginada porque até os membros da mais pequena nação nunca conhecerão, nunca encontrarão e nunca ouvirão falar da maioria dos outros membros dessa mesma nação, mas, ainda assim, na mente de cada um existe a imagem da sua comunhão” (ANDERSON, 2005, p.25). Independente de situações de desigualdade ou exploração, que se proliferam em



maior ou menor intensidade no interior de uma nacionalidade, esta é geralmente concebida como uma comunidade “horizontal” e “profunda”.

Do diálogo possível entre Anderson e Stuart Hall (2005) - que afirma serem formadas as nacionalidades a partir de um sistema de representação - destaca-se o caráter discursivo da nação, já que há toda uma produção de sentidos com os quais podemos nos identificar. Como, então, é contada, legitimada e perpetuada a nação? Para Hall, tal empreendimento se dá através de elementos discursivos imersos na literatura, nos ditos populares, na mídia e nos discursos estatais, como a ênfase na tradição, atemporalidade e origem da nação; a difusão de narrativas e de “mitos fundacionais”; e a idéia de um povo puro, original, representante da nacionalidade.

Para autores como Renato Ortiz (1986), Florestan Fernandes (1992) e Luis Rodolfo Vilhena (1997), quando se fala no processo de construção nacional brasileiro, não se pode deixar de articular a contribuição dos intelectuais e do Estado. Uns mais ligados a uma noção romântica e essencialista de cultura, outros mais interessados em sua contextualização sócio-histórica, o fato é que os intelectuais foram decisivos aos interesses governamentais ao longo do século XX, no que diz respeito à imaginação da identidade nacional e da “essência” do povo brasileiro.

O conceito de povo que predominava junto a pensadores brasileiros no final do século XIX - considerados precursores dos folcloristas - como Silvio Romero, Nina Rodrigues e Euclides da Cunha, era o de “mistura racial”, ou seja, o brasileiro sendo pensado como uma raça mestiça. Construiu-se, dessa forma, o discurso de congregação de três raças: o europeu, o negro e o índio. Havia também a preocupação em encontrar na cultura popular os elementos que em princípio constituiriam o homem brasileiro.

Nos anos 30, os escritos de Gilberto Freyre retomaram essa mesma perspectiva, na medida em que o brasileiro era encarado como um “homem sincrético, produto do cruzamento de três culturas distintas: a branca, a negra e a índia” (ORTIZ, 1986, p.130). O sincretismo do povo brasileiro será complementado, na mesma época, pelo conceito de “homem cordial”, difundido por Sérgio Buarque de Holanda. A expressão está relacionada à capacidade do brasileiro de tratar a todos como familiares, não sem consciência de que tal procedimento pode lhe abrir portas no futuro. Ainda na década de 30, com o advento do Estado Novo, o aparelho estatal esteve associado, entre outras preocupações, com a legitimação de um passado autenticamente brasileiro. A “ideologia da mestiçagem”, difundida pelos intelectuais tradicionais, foi então absorvida pelo governo, pois possibilitava a definição de uma memória nacional.



A difusão do *ethos* capitalista, patrocinada pelos militares a partir do ano de 1964, alcançou diferentes setores sociais, e levou ao desenvolvimento de um mercado de bens simbólicos no que diz respeito à área da cultura. O Estado se ocupava do seguinte questionamento: como integrar as diferenças regionais no que diz respeito à produção cultural de forma a manter a hegemonia e controle estatal? Em direção a uma resposta, legitima-se à idéia da pluralidade em consonância com o sincretismo: a ideologia da “unidade na diversidade”. A postura adotada pelo atual Ministério da Cultura, no governo Lula, mantém vestígios do discurso sobre o “povo brasileiro”, incluindo a noção de diversidade cultural e a correspondência entre o nacional e o popular, e a auto-atribuição estatal do papel de defesa da cultura nacional ante a globalização “homogeneizante”<sup>3</sup>.

Assim estabelecemos no âmbito dessa reflexão algumas categorias que, pela recorrência na rede de estudos e interesses tecida entre intelectuais e Estado, caracterizam o “povo brasileiro” e a própria representação da identidade nacional, ainda que imaginada: unidade na diversidade, cordialidade e criatividade (para enfrentar problemas e produzir uma cultura “autêntica”). A partir dessa rede discursiva temos a imagem de um povo que é uno e ao mesmo tempo diverso; que produz uma cultura autêntica, é criativo e por vezes resignado, na maneira de lidar com o cotidiano; além disso é cordial e tem um jeitinho tipicamente seu, brasileiro.

### **Jornalismo, televisão e consciência nacional**

De que forma o jornalismo contribui na imaginação de que todos nós, eleitos “brasileiros”, pertencemos a uma família nacional? A resposta a essa questão tem a ver com a própria construção do campo jornalístico. O estudo desenvolvido por Nelson Traquina (2005) sobre a atividade jornalística sugere que a constelação de idéias tornada égide ao fazer jornalístico contemporâneo contribuiu para forjar um forte *ethos* profissional, fornecendo modos de ser/estar, de agir, falar e ver o mundo aos profissionais. Traquina afirma que as maneiras de observar e narrar um fato, e também a forma de proceder à sua verificação, estariam diretamente relacionadas aos valores-notícias utilizados pelos jornalistas. O que implica a entronização de uma série de

---

<sup>3</sup> Algumas frases retiradas do site oficial do MinC ([www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br)) exemplificam essa constatação: “a cultura popular brasileira se traduz como a mais legítima expressão de seu povo”; “o Governo Federal, ao reconhecer e assumir a importância da cultura popular na construção de uma identidade nacional, responde aos anseios de indivíduos, grupos e comunidades culturais que não viam suas culturas respeitadas”; “os processos de globalização e/ou mundialização (...) constituem hoje desafios para a preservação e promoção dessa diversidade; e “é direito dos cidadãos brasileiros conhecerem e usufruírem as riquezas da Diversidade Cultural Brasileira”.



critérios de noticiabilidade e explica o padrão geral apresentado pelos conteúdos noticiosos.

Um ponto particularmente interessante a este artigo, em relação às observações de Traquina, reside na consideração do autor de que os critérios de noticiabilidade têm como pressuposto a construção/manutenção do “consenso social”. O que evoca a noção de “unidade” e está interligado à idéia comumente concebida de nação e povo, enquanto totalidades coesas e unificadas. “Esta visão nega quaisquer discrepâncias estruturais mais importantes entre grupos diferenciados, ou entre os próprios mapas diferentes do significado numa sociedade, e ganha assim significado político” (TRAQUINA, 2005, p.86)

No que diz respeito à unidade evocada quando se busca a formação do consenso social, podemos relacioná-la a uma categoria descritiva proposta por Franciscato (2005) a fim de tornar operativos fenômenos temporais envolvidos na atividade jornalística. Trata-se da “simultaneidade”, eleita como propulsora na formação de laços de integração e identidade sócio-cultural, um tipo de relação que transcenderia uma simples concomitância no tempo. Para Franciscato, “agir simultaneamente” implica um alto grau de articulação ou identificação, sendo o Jornal uma forma cultural que materializou essa idéia ao trazer, além da coincidência cronológica dos conteúdos apresentados, a simultaneidade das práticas de leitura, reflexão e discussão. O que essa relação significou na formação das nacionalidades?

Sendo a simultaneidade um dos componentes da atividade jornalística, acompanhamos tanto Anderson como Franciscato, na crença de que há uma forte relação entre formação da consciência nacional e desenvolvimento do campo jornalístico. Esse sentido de simultaneidade se manifesta por uma “vivência comum” e concomitante da informação entre grupos amplos. Pensemos agora na imaginação da comunidade nacional brasileira. Como o jornalismo contribuiu na construção da identidade do país, ou, mais especificamente, da identidade do povo brasileiro?

Para além de jornalismo, falar em identidade brasileira e não falar em televisão é no mínimo falta de um olhar atento. No caso do fenômeno televisivo no Brasil - mais propriamente a Rede Globo de Televisão - o estudioso Dominique Wolton (1996) afirma que tanto pela diversidade dos programas e quanto pelo alcance do sinal nos mais amplos setores sociais, constituiu-se um poderoso fator de integração social, além de contribuir para valorizar a identidade nacional.



De fato, a Globo coloca-se como uma indústria, um instrumento de modernização e integração a um fator de identidade nacional. Ela é um instrumento de cultura de massa numa sociedade hierarquizada. Se o seu objetivo não é modificar as estruturas sociais, é, pelo menos, saber apreendê-las e acompanhá-las. Aí encontramos de imediato o papel de laço social da televisão (WOLTON, 1996, p.159)

Observações recentes de João Roberto Marinho, publicadas na Folha de São Paulo no dia 02 de setembro de 2004, podem dar a dimensão da intrincada rede de discursos tecida pela emissora Global em prol da construção ou afirmação de uma identidade nacional coesa e unificada, além da noção de povo brasileiro a essa identidade vinculada. Para o sucessor do mitificado Roberto Marinho, a inauguração da Rede Globo de Televisão foi um passo decisivo na integração de um país de “contornos continentais” e, logo, na tessitura das diversidades culturais em prol de uma toada nacional unificada.

Duas missões são citadas por João Roberto Marinho como primordiais à emissora: levar ao conhecimento dos brasileiros, em tempo real, o que acontece em qualquer lugar do país e retratar todos os Brasis. E completa: “Esse modelo de produção conseguiu duas vitórias: é graças a ele que o Brasil pode ver os Brasis e é graças a ele que o mundo pode ver o Brasil”. Levar conhecimento aos brasileiros sobre os acontecimentos do país e do mundo nos sugere um objetivo atribuído à atividade jornalística. Nesse sentido, e sendo o JN o principal informativo da emissora, como a difusão de notícias via telejornal Global contribuiu a função de integrar a nação?

Dada a credibilidade que o JN alcançou no país, em razão de uma série de motivos sócio-históricos, é plausível dizer que o telejornal foi um dos principais investidores, na construção do senso de pertença a “família” nacional, em que pese a polêmica tese de parceria da Rede Globo com os ideais de integração nacional do Regime Militar, que teria sido alavancada especialmente via JN. A famosa e já bastante publicizada frase do presidente Médici, datada de 1972, ilustra bem uma certa consonância entre o que era exercitado em termos de política e o que era produzido em termos programação televisiva: “Fico feliz todas as noites quando assisto ao noticiário. Porque, no noticiário da Globo, o mundo está um caos, mas o Brasil está em paz” (Médici, 1972, apud. NARLOCH, junho 2005).

A perspectiva de Larissa Grau, publicizada em artigo no site “Observatório da Imprensa”, transfere para a atualidade a relação entre a produção de uma unidade imaginária (o Brasil, os brasileiros) e o JN. Segundo ela,



No Brasil, parte significativa da população não tem recursos financeiros para a compra regular - ou mesmo esporádica - de jornais e revistas e tampouco tem acesso à rede mundial de computadores. Para o acesso à informação sobre a TV e, conseqüentemente, o *Jornal Nacional* da Rede Globo de Televisão, um dos campeões de audiência da emissora, que é antes da novela e de graça. Por isso, é estratégico nesse processo de conhecimento do mundo e de como o Brasil percebe o próprio Brasil (GRAU, 2007).

Cabe agora levantar as seguintes questões, o que envolverá especular a “qualidade” do laço social tecido, atualmente, pelo JN: *Quem* é o povo brasileiro, evocado no telejornal de maior alcance da Rede Globo? A análise de nosso recorte empírico lança luz sobre essa questão e serve como estímulo a reflexões mais amplas em direção ao universo sociocultural no qual estamos imersos, composto que está por confrontos ideológicos, mecanismos de manutenção ou transformação de forças hegemônicas, imaginários coletivos nacionais e locais.

### **Olhares interdisciplinares sobre a construção do povo brasileiro no Jornal Nacional**

Como pensar o discurso telejornalístico na atualidade? O enfoque de pesquisa aqui escolhido nos leva a entender os diferentes discursos através dos quais nosso cotidiano é construído como utilizações da linguagem verbal, oral ou escrita (assim como de outros sistemas semióticos) a partir de um contexto histórico-social específico, perspectiva semelhante a defendida pelo lingüista Norman Fairclough (2001), expoente da corrente chamada Análise Crítica do Discurso (ACD), na qual está baseada a análise do recorte empírico aqui proposto. Segundo ele, “o discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado” (FAIRCLOUGH, 2001, p.91).

O esquema de análise proposto por Fairclough é amparado por três dimensões constitutivas do discurso, que devem ser levadas em consideração no momento da análise: *forma lingüística, prática discursiva e prática social*. A primeira tem como foco os aspectos lingüísticos do discurso, a saber: vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual geral. A segunda dimensão considera a articulação dos momentos de produção, distribuição e consumo discursivo. Em relação ao discurso como prática social - a terceira dimensão -, o autor propõe especialmente trabalhar ideologia e hegemonia, através do desvendamento da matriz social do discurso, das ordens de discurso e de seus efeitos ideológicos e políticos.



O discurso telejornalístico apresenta características que lhes são próprias. De acordo com a proposta apresentada nesse artigo, para entender como o JN contribui na identificação de seu público enquanto unidade pertencente à “pátria”, alguns elementos discursivos terão maior ênfase, tendo como base as propostas de Fairclough em diálogo com os pensadores aqui apresentados. Um de nossos focos de observação esteve na “estrutura textual geral” (os aspectos superiores de planejamento do texto telejornalístico, no que diz respeito ao processo de modelagem entre falante e ouvinte). Nesse momento tomamos como referência analítica a “dramaturgia do telejornalismo” (COUTINHO, 2003), entendida como a organização da notícia em televisão com base em uma estrutura dramática. Em sua tese de doutorado Coutinho analisa o discurso noticioso de telejornais brasileiros (Jornal Nacional e Jornal da Cultura) como “drama cotidiano”, o que implica sua estruturação em torno de problemas, ações, disputas e personagens.

Preocupamo-nos também em observar as “interdiscursividades” e as “condições da prática discursiva” (produção, distribuição e consumo). Sobre o primeiro item, verificamos a frequência de discursos hegemônicos sobre a brasilidade. No último item, observamos o jornalismo como um “fazer coletivo”, com base em rotinas e ideais compartilhados consensualmente dentro do campo profissional e de acordo com o “perfil ideológico” da empresa jornalística.

Em companhia de Fairclough, entendemos ser importante também desvelar o discurso como prática social. Assim, como forma de fazer congruir os focos de observação já mencionados, preocupamo-nos em vislumbrar a “matriz social do discurso”, as estruturas sociais hegemônicas que matizam os textos analisados. Também refletimos sobre os “efeitos ideológicos e políticos”, em termos de sistemas de conhecimento e crença, relações sociais e identidades. Levando em consideração o fato de serem também as imagens, assim como os sons e os silêncios, “discursos” ou “construções significantes”, em todas as etapas da análise, nosso olhar transitou entre texto oralizado, imagens exibidas e músicas utilizadas na composição dos discursos telejornalísticos.

As edições do JN de 07 a 11 de janeiro de 2008 constituem o recorte empírico da análise apresentada nesse artigo. As reportagens “nacionais” constituíram nosso foco, entretanto, em razão da importância dentro do corpo de respostas possíveis, uma reportagem “internacional” envolvendo o governo brasileiro, foi incorporada à análise:



“Libertadas duas refêns das Farc” (10/01/2008), título que a matéria recebeu no site do JN<sup>4</sup>.

Do conjunto de reportagens observadas, algumas impressões sobre como o povo brasileiro é tratado foram gerais. Aspectos como a resignação, o sofrimento (e a maneira particular de lidar com ele), o tratamento do “povo” como vítima (do governo, das empresas, da natureza em fúria, de doenças), a solidariedade e a cordialidade dos brasileiros ficaram em evidência. De um lado o povo, do outro lado, os governantes, ora como instituição inoperante, ora como único agente capaz de resolver problemas e transformar a sociedade. Essas categorias ou características da brasilidade foram observadas e estão organizadas nas reportagens a partir do enlace das três dimensões do discurso de Fairclough.

Em relação à “estrutura geral dos textos”, observamos o que Coutinho denominou “dramaturgia do telejornal”. As reportagens, no geral, estão organizadas a partir da utilização freqüente de personagens (o aposentado, a dona-de-casa, o sertanejo, o motorista, a bordadeira, o feirante) e da apresentação de um conflito, com o qual esses personagens “populares” estão envolvidos. Ora o conflito é resolvido pelo Estado, ora é o Estado o causador do conflito. Como exemplo, a reportagem intitulada “Novas regras para empréstimo” (07/01/2008), que se desenvolve inicialmente da seguinte forma:

O aposentado Carlos Augusto Silva foi, nesta segunda-feira, ao banco em busca de um empréstimo urgente de R\$ 500. Ficou decepcionado. (...)

"Infelizmente sou obrigado a passar um pouco apertado e tirar um pouco do que eu ganho para pagar essas dívidas que eu tenho"(...)

O Ministério da Previdência diz que o consignado foi suspenso, temporariamente, para uma mudança nas regras do empréstimo. O objetivo é atender a uma antiga reivindicação das associações de aposentados: um cartão de crédito com juros baixos.

O personagem – o aposentado Carlos Augusto Silva – é colocado diante de um conflito – a suspensão dos empréstimos consignados. Fica lamentoso e decepcionado, afinal, será “obrigado” a tirar um pouco do que ganha para pagar as dívidas. Em seguida, apresenta-se a solução/explicação do conflito, dada pelo Ministério da Previdência: há uma suspensão temporária dos empréstimos para que seja criado um cartão de crédito com juros baixos para os aposentados. Sem entrar na questão da substituição da notícia pelo conflito, e trazendo para nosso campo de análise, a fala do

---

<sup>4</sup> [www.jornalnacional.globo.com](http://www.jornalnacional.globo.com)

aposentado, no segundo parágrafo, exemplifica bem o tratamento geral do brasileiro como “vítima” que consegue dar um jeitinho na situação (“tirar um pouco do que eu ganho”), *dentro* do quadro situacional em que se encontra. Em relação ao discurso sobre o governo, há tanto uma crítica implícita à inoperância do Estado - quando é enfatizada a “urgência” do empréstimo e o fato de que o aposentado terá que contornar a situação passando “um pouco apertado” – assim como há um tom patriarcal enfatizado na seguinte fala do ministro interino da Previdência: "Para que os aposentados possam entrar neste mercado de crédito, possam comprar parcelado, sem juros, enfim, como um consumidor normal, só que sem as taxas de juros que um cartão de crédito normal cobra".

Além de sofrer, por vezes, com a inoperância do Estado, o povo do JN, no período analisado, sofreu bastante com a “fúria” da natureza. Em matéria intitulada “Temporal abre cratera na BR-101” (09/01/2008) há depoimentos de moradores do norte do ES, região onde uma enorme cratera se abriu no meio do asfalto, acompanhados de imagens em planos médio ou fechado, sendo o elemento humano destacado em seu desconsolo: "Desastre total. Perdemos tudo que tinha dentro”, “Embaixo da água, minhas coisas, tudo”. No dia seguinte, a continuação da matéria, intitulada “Cratera na BR-101 atrapalha tráfego” (10/01/2008), dá conta de outra faceta do caráter brasileiro, segundo o JN, mesmo não sendo a explicitação dessa faceta o foco da reportagem. A solidariedade para com o outro (brasileiro) e a capacidade de superar as dificuldades e começar de novo, “apesar de tanta tristeza”, são tecidas em discursos repetidos a seguir:

(...) Nas cidades atingidas pelo temporal, o dia foi de recomeço. Nas casas, as marcas de água nas paredes passam de dois metros de altura. *Apesar de tanta tristeza*, os moradores dizem que se sentem um pouco aliviados por não terem perdido vidas.

“O importante é a vida de todo mundo que está vivo. No que deu para ajudar, nós ajudamos, apesar de tudo”, emocionou-se um morador.

No Brasil do JN, a chuva destrói, mas também traz alegria e esperança para quem precisa dela, como os “sertanejos” do Ceará. Em matéria intitulada “Chuva muda paisagem no Ceará e anima sertanejos” (09/01/2008), a fé, a resignação e a alegria do povo também são evocadas, seja na composição das imagens – o homem em primeiro plano, a paisagem seca em segundo plano – seja ao apresentar, como desfecho da reportagem, um sertanejo cantando em meio a um cenário adverso. A “chave de ouro”,



outra característica da teledramaturgia, é antecedida pela seguinte explicação: “O agricultor Raimundo não duvida desta previsão nem abandona a fé. É o incentivo que ele precisa para plantar e compor”.

Outro discurso sobre a brasilidade é evocado por diversas vezes no período analisado: a “cordialidade” do povo. Essa cordialidade não é concebida como traço negativo do caráter, mas como uma legítima “esperteza” dos brasileiros, exercitando a máxima bíblica “é dando que se recebe”. Nesse exercício, o governo é aproximado do povo. Relações cordiais são evocadas como uma característica positiva da brasilidade na matéria “Libertadas duas reféns das Farc” (10/01/2008). Segundo indica o texto, toda a negociação de libertação das reféns foi acompanhada pelo governo brasileiro, que comemora o final feliz, já que, segundo o assessor da Presidência da República, “vai suscitar outros tipos de acordos”. Na matéria “Hora de negociar o aluguel” (07/01/2008), a cordialidade do “povo” brasileiro é quem pode resolver o conflito instaurado. Maria Célia, proprietária de imóvel, explica essa relação: “Tenho certeza que se eu aumentar vai onerar e muito a parte financeira deles. Então prefiro deixar do jeito que está e receber o dinheiro em dia”.

Assumindo que há muitos outros olhares possíveis sobre as reportagens analisadas, acreditamos que tais representações do caráter brasileiro estão em concordância com os discursos hegemônicos sobre a brasilidade tecidos ao longo do século XX a partir de intelectuais tradicionais e mesmo do Estado, recuperados nesse artigo, e corresponde à nossa busca das “interdiscursividades”, a saber, a propriedade que os textos têm de estarem repletos de outros textos. Assim, resignação, solidariedade, alegria e criatividade (atuando o brasileiro *dentro* das condições que se oferecem) são categorias discursivas que fizeram parte do processo de imaginação nacional e estão presentes nas reportagens analisadas.

Ainda dentro da dimensão discursiva, avaliamos que as condições em que o discurso é produzido podem ser observadas a partir da perspectiva de “consenso social”, trazida no texto por Traquina, em seu papel de organizar a constelação de idéias da cultura profissional jornalística, o que nos remete a uma série de critérios de noticiabilidade entronizados. Ao falarmos especificamente do JN, é interessante destacarmos o posicionamento de Willian Bonner, editor-chefe do referido telejornal, que revela um pressuposto ou critério “maior” idealmente norteador de todos os



momentos de produção da notícia nesse âmbito. Segundo Bonner, em entrevista à Isabel Travancas, o JN se caracteriza como

Um jornal factual, que tenta abrir espaço para discussões da atualidade que te permitam compreender melhor o mundo e o país em que vive e, quando sobra tempo, a gente insere material jornalístico que te permita respirar um pouco. Dá um saborzinho. Uma arejada no noticiário, para que o programa de televisão seja também interessante (Bonner, 2001, *apud*. TRAVANCAS, 2007, p. 131).

Seria forma de dar uma “arejada no noticiário” a aposta na dramatização e romantização quando se constrói o povo brasileiro no JN, de acordo com o que pudemos verificar? Ou Bonner entende que essa maneira de representar a brasilidade permite ao brasileiro “compreender melhor o mundo e o país” em que vive? Ficam essas perguntas a serem desveladas em momento posterior, além de cumprirem o papel de despertar o leitor ao imbricamento telejornalismo-sociedade.

Em relação ao que chamamos de “perfil ideológico” da emissora, por uma questão de enfoque investigativo, investimos de prioridade o papel histórico da Rede Globo de Televisão na construção da idéia de povo brasileiro, cuja “missão” aparece implícita ou explicitamente no material analisado, por meio de uma angulação romantizada e unificada.

As condições em que o discurso é consumido podem, a nosso ver, ser avaliadas a partir do “contrato de leitura” estabelecido entre a emissora e os telespectadores, ou entre o JN e os telespectadores. A credibilidade que a emissora e seu telejornal de destaque alcançaram perante grande parte da população brasileira, materializada em pontos no Ibope, nos leva a acreditar que leituras preferenciais são entronizadas com maior facilidade pelos telespectadores, oferecendo aos discursos Globais ares de verdades. Dessa forma, difunde-se com maior facilidade e autoridade uma certa imaginação da identidade nacional e a própria noção do que seriam *brasileiros*.

Mas quem são os telespectadores do JN, segundo o JN? Quem é esse público que participa do “contrato de leitura” mencionado? O conceito de audiência, acreditamos, é muito mais uma categoria imaginada, presumida, e menos apreendida por meio de pesquisas direcionadas no sentido de “conhecer” o público do telejornal ou de contato direto com essa audiência. Alfredo Vizeu (2006) nos ajuda a entender como se dá esse processo de imaginação da audiência através do que definiu como “audiência presumida”.



Em pesquisa realizada, Vizeu constata que a imagem que o jornalista tem do público é baseada em muito na intuição, sendo essa audiência antecipada ou presumida no momento em que o jornalista escreve seu texto. Também Fairclough indica a utilização desse critério pelos produtores de discursos em “organizações sofisticadas”, de forma que há uma produção textual no sentido de antecipar sua distribuição, transformação e consumo, construindo através desse processo “leitores múltiplos” (FAIRCLOUGH, 2001, p.108). Nesse sentido, e de acordo com o que observamos em nosso recorte empírico, o povo brasileiro, o cidadão comum, é imaginado (presumido) como uma entidade unificada, solidária, resignada, criativa, entre outros caracteres já mencionados ao longo deste texto.

No que se refere à dimensão do discurso como prática social, mais propriamente à “matriz social do discurso”, percebemos como estrutura de fundo a rede tecida historicamente em prol da imaginação nacional permeando as mais diversas estruturas e instituições sociais. Ao menos em nível do discurso, atua-se na esfera no consenso, da manutenção da ordem e do estado atual das relações de poder, assim como se procede a legitimação do povo como entidade unificada e naturalizada em sua identidade.

Nessa direção, caminhamos para os possíveis “efeitos ideológicos e políticos do discurso”, em termos de sistemas de conhecimento e crença, relações sociais e identidades. Por que razão desmitificar uma idéia unificada e romantizada de “povo brasileiro”? Apesar do apelo emotivo que o mito de um povo afável, resignado e bondoso pode gerar ou da potencialidade dessa construção discursiva em criar um laço social simbólico entre os que se consideram brasileiros, acreditamos que ao não transcender a esfera do consenso, fica obscurecido o vislumbre de como o povo, ou o discurso sobre o povo, pode contribuir na mudança social e no avanço da participação cidadã.

### **Considerações finais**

Assistir ao JN corresponderia ao que Franciscato chamou de “cerimônia de massa”, quando os “brasileiros” se reconhecem (ou se imaginam) pertencentes a uma comunidade nacional e compartilham, mesmo que apenas em nível simbólico, um sentido de comunhão com anônimos tornados conhecidos imaginariamente.

Com base em um corpo teórico interdisciplinar e na metodologia proposta pela Análise Crítica do Discurso (ACD), pudemos depreender vestígios de idéias sobre a brasilidade marcadas por uma concepção essencialista de identidade. Nesse sentido,



ergue-se das reportagens do JN um povo unificado, solidário, criativo e resignado, ora resvalando para a ingenuidade, ora para a cordialidade.

A estrutura narrativa utilizada na conformação do discurso sobre a brasilidade está adequada à concepção de “dramaturgia no telejornal”, principalmente no que diz respeito à utilização de personagens e conflitos. Essa embalagem dramática da informação, ao envolver o espectador tal como envolve uma narrativa ficcional, contribui na reprodução/legitimação de uma “história” nacional conhecida, baseada em discursos (ações e personagens) historicamente naturalizados, ou seja, já arraigados no imaginário coletivo.

Seríamos mesmo tão unificados em nosso caráter ou temos mesmo uma essência em comum? Para Dona Dilce da Silva, a personagem-costureira da reportagem “Moda gera empregos no Rio” (09/01/2008), a *top model* Gisele Bündchen e ela estão interligadas por uma relação de dependência, por um laço social imaginado. Na matéria, Dona Dilce é enfática “Nós não seríamos nada sem ela, que é uma modelo. E a modelo não seria nada sem nós, que somos as bordadeiras”. É a mesma Dona Dilce que diz, ao final da reportagem: “Verdadeiramente? Eu gostaria de ser uma delas e estar na passarela também”. Por trás de um possível “sonho de adolescente”, reside a perspectiva de que nem todos os que participam da rede nacional estão satisfeitos com a posição que ocupam. Entre Giseles e Dilces, somos todos bem diferentes, a não ser pela imaginação e narração conjunta de que somos todos iguais.

É interessante destacar que sob as asas da denominação “nacional” circulam situações de subordinação, relações de poder solidamente construídas, desigualdades sociais, preconceitos, conformismos e resistências. Acreditamos que tratar a entidade “povo brasileiro” tal como observado em nosso recorte empírico, torna pouco provável a repercussão em nível de práticas sociais efetivas, reflexivas e perenes, de conceitos estes intrínsecos ao objetivo de exercer a cidadania, como a transformação social, o “repensar” sobre atitudes e posicionamentos, o “exercitar” novos olhares sobre as identidades culturais imersas na contemporaneidade interinfluyente. Não se trata de abolir a idéia de nação, mas sim sua construção “unificada”, o que envolveria a retirada do véu romântico que encobre/ envolve o conceito de “povo”, tratado/ mostrado nas edições do JN como massa uniforme formadora da nação.



## Referências bibliográficas

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**: reflexões sobre a origem e a expansão do nacionalismo. Trad. Catarina Mira. Lisboa: Edições 70, 1991.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do Telejornalismo Brasileiro**: A estrutura narrativa das notícias em televisão. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. São Paulo, 2003.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Ed. da UnB, 2001.

FERNANDES, Florestan. **O folclore em questão**. São Paulo: HUCITEC, 1978.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

KELLNER, Douglas. **A cultura das mídias – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

MARINHO, João Roberto. **A TV não é o problema**. In: Folha de São Paulo. Editoria de Opinião. São Paulo, 02 de setembro de 2004.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

SILVA, Sandra Rúbia. **Redescobrimo o Brasil com olhos estrangeiros**: comunicação intercultural, conflito e representações da alteridade na internet. Artigo publicado na UNIrevista, vol. 1, nº 3: julho.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo - Volume II - A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

VIZEU, Alfredo Eurico; MOTA, Célia Ladeira; PORCELLO, Flávio A.C. (orgs). **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Insular, 2006.

WOLTON, Dominique. **A televisão brasileira**. In: Elogio do grande público. Editora Ática, 1996.