

A inversão dos papéis na bancada do Jornal Nacional pela perspectiva da performance: o caso das entrevistas com presidenciáveis.

La inversión de los papeles en la bancada del Jornal Nacional por la perspectiva de la performance: el caso de las entrevistas con presidenciables.

The roles inversion in the Jornal Nacional through the perspective of performance: the case of interviews with presidential candidates.

José Tarcísio Silva Oliveira Filho

Doutorando em Comunicação e Sociabilidade pela Universidade Federal de Minas Gerais. Mestre em Comunicação (UFJF) e Jornalista (UFV), Brasil

Contato: jtarcisiofilho@gmail.com

Submetido em 28/01/19
Aprovado em 02/04/19



Resumo

O artigo analisa cinco entrevistas realizadas pelo Jornal Nacional (TV Globo) com os candidatos à presidência no primeiro turno das eleições de 2018. Em termos metodológicos, a pesquisa se fundamenta na discussão de entrevista e de performance dos sujeitos de fala no âmbito dos Estudos Culturais. A análise aponta que os apresentadores ocupam um protagonismo próximo ao dos entrevistados, utilizando-se de figuras de linguagens e até respondendo à pergunta. Também questiona a proximidade do formato com o debate ao invés de entrevista, como denomina o Jornal Nacional.

Palavras-chave: Jornal Nacional. Entrevista. Estudos Culturais. Política. Telejornalismo.

Resumen

El artículo analiza cinco entrevistas realizadas por el Jornal Nacional (TV Globo) con los candidatos a la presidencia en la primera vuelta de las elecciones de 2018. En términos metodológicos, la investigación se fundamenta en la discusión de entrevista y de performance de los sujetos. El análisis apunta que los presentadores ocupan un protagonismo cercano al de los entrevistados, utilizando figuras de lenguajes e respondiendo pregunta. También se cuestiona la proximidad del formato con el debate en lugar de entrevista, como denomina el Jornal Nacional.

Palabras clave: Jornal Nacional. Entrevista. Estudios Culturales. Política. Periodismo Televisivo.

Abstract

The article analyzes five interviews displayed by Jornal Nacional (TV Globo) with the presidential candidates in the first round of the 2018 elections. Methodologically, the research is based on the discussion of interview and performance of subjects. The analysis shows that the presenters occupy a protagonist role close to the interviewees, using figures of languages and answering questions. It also questions the proximity of the format with the debate rather than interview, as the Jornal Nacional Journal calls it.

Keywords: Jornal Nacional. Interview. Cultural Studies. Politics. TV Journalism

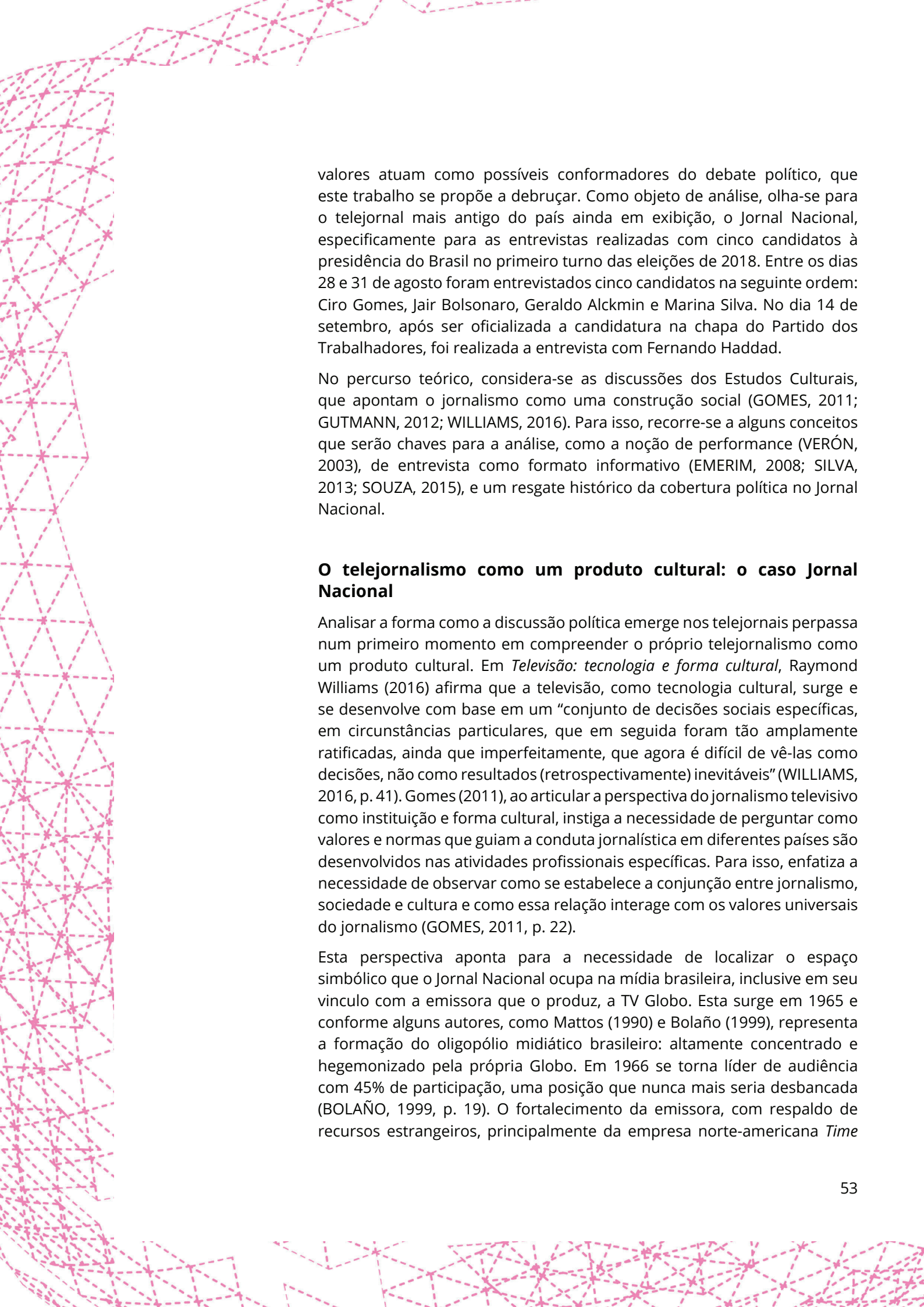
Introdução

A política, enquanto editoria jornalística, historicamente ocupa um espaço privilegiado nas diferentes mídias. Nos telejornais brasileiros de rede nacional, como Jornal Nacional, SBT Notícias e Jornal da Record, os assuntos relativos à política frequentemente são exibidos nos blocos iniciais, numa clara referência a uma hierarquia na composição dos *scripts* dos noticiários. Além de sedes e sucursais nos principais centros de decisões políticas do país, também são comuns os usos de tecnologias e de formatos que aproximam tais assuntos do telespectador, como o vivo, numa estratégia de diminuir a distância temporal entre o fato jornalístico e sua divulgação pelo noticiário (FECHINE, 2006, p. 3). No entanto, essa temática repercute para além do que se observa ao folhear jornais ou ao passear pelos canais televisivos e portais de notícias.

Habermas (1984) ao propor a teoria de esfera pública no contexto da sociedade burguesa, privilegia a necessidade da argumentação racional pautada por assuntos ligados à economia e à política como essencial para a formação da opinião pública. Caberia à imprensa fornecer essas informações para promover o debate público. Com o desenvolvimento da industrialização a partir do século XVIII e o surgimento do que alguns autores chamam de comunicação de massa no século XIX e XX, Habermas afirma em seu segundo ato que há uma degradação da esfera pública. Neste contexto, o jornalismo, produzido por empresas privadas passa a ser tratado como um serviço industrial que busca atender o interesse dos espectadores, como entretenimento e diversão. Alguns autores contemporâneos, como Juliana Gutmann (2012, p. 34), contrapõe tal visão ao afirmar que os estudos do jornalismo muitas vezes cometem um equívoco ao sustentar o discurso de autolegitimação com base nessa perspectiva histórica. Com referência à Wilson Gomes (2009) e numa discussão relativa ao interesse público como legitimador do jornalismo, a autora diz que a partir do momento que o sentido de público se converte em consumidor de notícias, este passa a se interessar por outros assuntos, mas sem perder sua ligação com o campo político, já que mesmo sendo consumidor também é eleitor.

Com influência dos Estudos Culturais, Gutmann (2012) ainda propõe uma segunda via de reflexão que demarca a necessidade de reapropriar a concepção de interesse público de forma que “incorpore as relações entre práticas culturais, discursos institucionais e produções de sentidos, as quais dependem das interpretações das audiências” (2012, p. 36). É nessa perspectiva que o jornalismo busca sua autolegitimação, seja por meio da necessidade de se impor via discursos, como o de quarto poder promotor de uma objetividade na publicação dos acontecimentos (SCHUDSON, 1978; TRAQUINA, 2012), ou mesmo de se autodeclarar como independente, como é o caso das emissoras que Umberto Eco (1982) denomina como NeoTVs.

É neste lugar, onde de um lado se encontram os discursos de autolegitimação que envolvem as práticas jornalísticas e do outro um espaço onde esses



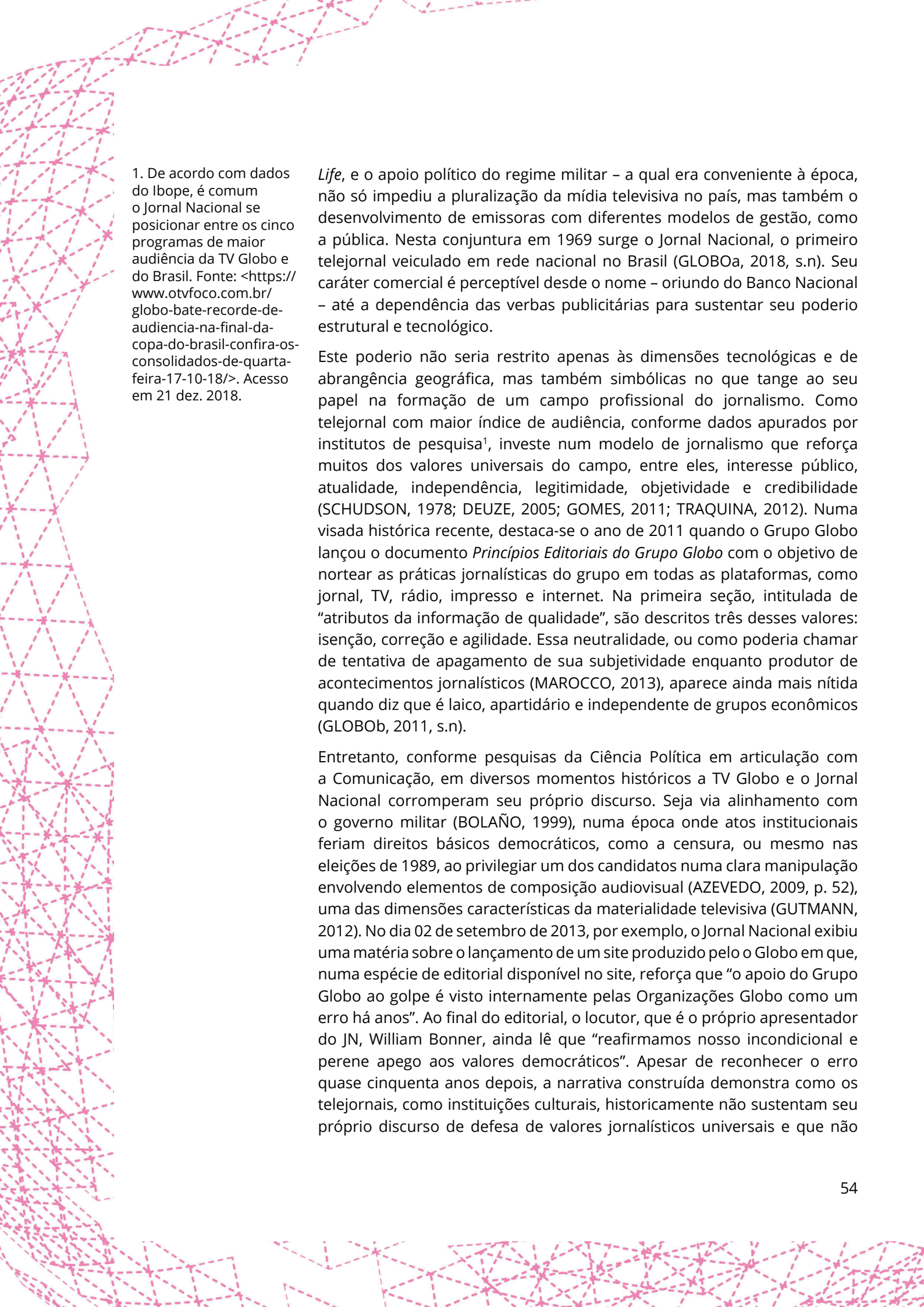
valores atuam como possíveis conformadores do debate político, que este trabalho se propõe a debruçar. Como objeto de análise, olha-se para o telejornal mais antigo do país ainda em exibição, o Jornal Nacional, especificamente para as entrevistas realizadas com cinco candidatos à presidência do Brasil no primeiro turno das eleições de 2018. Entre os dias 28 e 31 de agosto foram entrevistados cinco candidatos na seguinte ordem: Ciro Gomes, Jair Bolsonaro, Geraldo Alckmin e Marina Silva. No dia 14 de setembro, após ser oficializada a candidatura na chapa do Partido dos Trabalhadores, foi realizada a entrevista com Fernando Haddad.

No percurso teórico, considera-se as discussões dos Estudos Culturais, que apontam o jornalismo como uma construção social (GOMES, 2011; GUTMANN, 2012; WILLIAMS, 2016). Para isso, recorre-se a alguns conceitos que serão chaves para a análise, como a noção de performance (VERÓN, 2003), de entrevista como formato informativo (EMERIM, 2008; SILVA, 2013; SOUZA, 2015), e um resgate histórico da cobertura política no Jornal Nacional.

O telejornalismo como um produto cultural: o caso Jornal Nacional

Analisar a forma como a discussão política emerge nos telejornais perpassa num primeiro momento em compreender o próprio telejornalismo como um produto cultural. Em *Televisão: tecnologia e forma cultural*, Raymond Williams (2016) afirma que a televisão, como tecnologia cultural, surge e se desenvolve com base em um “conjunto de decisões sociais específicas, em circunstâncias particulares, que em seguida foram tão amplamente ratificadas, ainda que imperfeitamente, que agora é difícil de vê-las como decisões, não como resultados (retrospectivamente) inevitáveis” (WILLIAMS, 2016, p. 41). Gomes (2011), ao articular a perspectiva do jornalismo televisivo como instituição e forma cultural, instiga a necessidade de perguntar como valores e normas que guiam a conduta jornalística em diferentes países são desenvolvidos nas atividades profissionais específicas. Para isso, enfatiza a necessidade de observar como se estabelece a conjunção entre jornalismo, sociedade e cultura e como essa relação interage com os valores universais do jornalismo (GOMES, 2011, p. 22).

Esta perspectiva aponta para a necessidade de localizar o espaço simbólico que o Jornal Nacional ocupa na mídia brasileira, inclusive em seu vínculo com a emissora que o produz, a TV Globo. Esta surge em 1965 e conforme alguns autores, como Mattos (1990) e Bolaño (1999), representa a formação do oligopólio midiático brasileiro: altamente concentrado e hegemônico pela própria Globo. Em 1966 se torna líder de audiência com 45% de participação, uma posição que nunca mais seria desbancada (BOLAÑO, 1999, p. 19). O fortalecimento da emissora, com respaldo de recursos estrangeiros, principalmente da empresa norte-americana *Time*

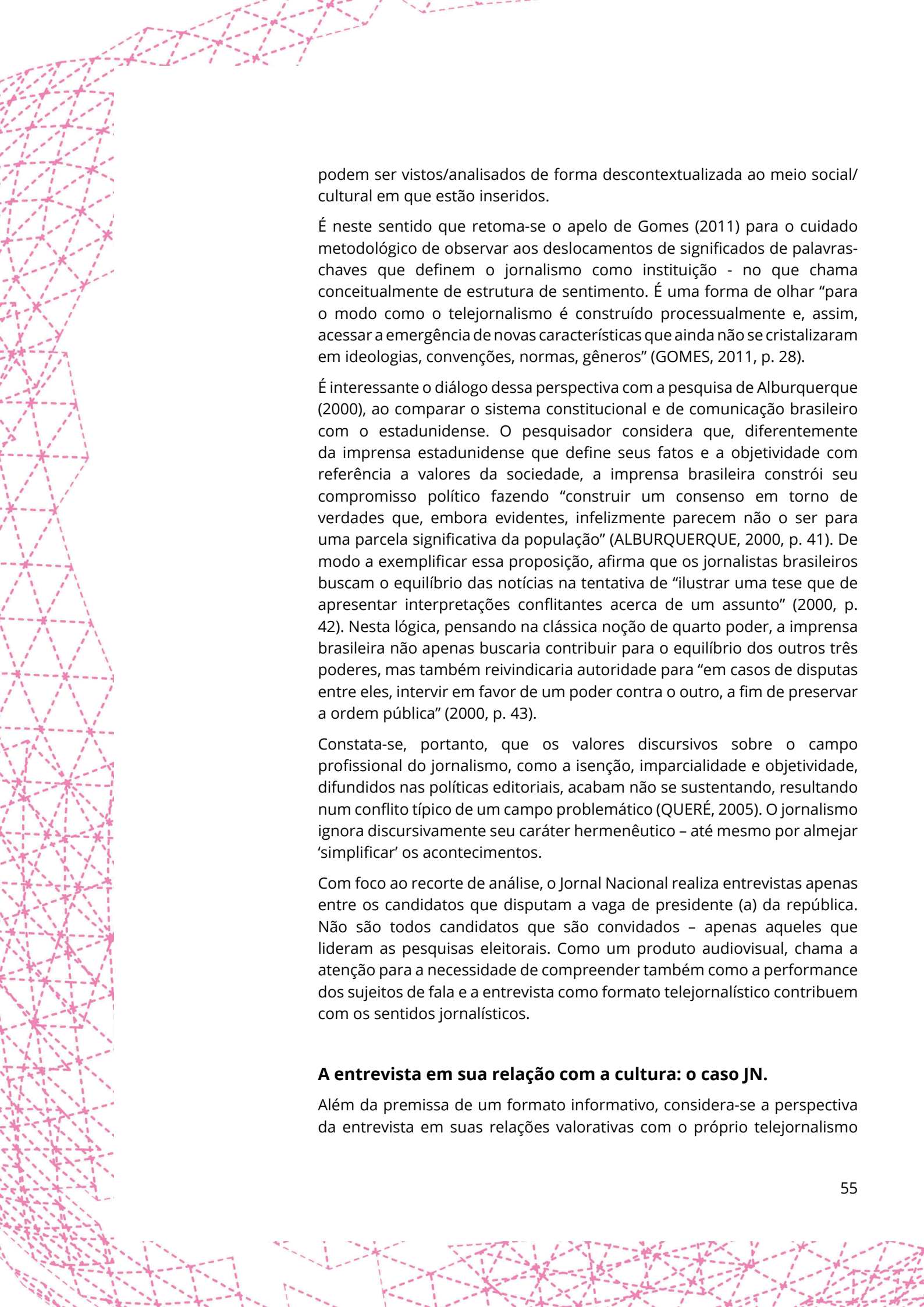


1. De acordo com dados do Ibope, é comum o Jornal Nacional se posicionar entre os cinco programas de maior audiência da TV Globo e do Brasil. Fonte: <<https://www.otvfoco.com.br/globo-bate-recorde-de-audiencia-na-final-da-copa-do-brasil-confira-os-consolidados-de-quarta-feira-17-10-18/>>. Acesso em 21 dez. 2018.

Life, e o apoio político do regime militar – a qual era conveniente à época, não só impediu a pluralização da mídia televisiva no país, mas também o desenvolvimento de emissoras com diferentes modelos de gestão, como a pública. Nesta conjuntura em 1969 surge o Jornal Nacional, o primeiro telejornal veiculado em rede nacional no Brasil (GLOBOa, 2018, s.n). Seu caráter comercial é perceptível desde o nome – oriundo do Banco Nacional – até a dependência das verbas publicitárias para sustentar seu poderio estrutural e tecnológico.

Este poderio não seria restrito apenas às dimensões tecnológicas e de abrangência geográfica, mas também simbólicas no que tange ao seu papel na formação de um campo profissional do jornalismo. Como telejornal com maior índice de audiência, conforme dados apurados por institutos de pesquisa¹, investe num modelo de jornalismo que reforça muitos dos valores universais do campo, entre eles, interesse público, atualidade, independência, legitimidade, objetividade e credibilidade (SCHUDSON, 1978; DEUZE, 2005; GOMES, 2011; TRAQUINA, 2012). Numa visada histórica recente, destaca-se o ano de 2011 quando o Grupo Globo lançou o documento *Princípios Editoriais do Grupo Globo* com o objetivo de nortear as práticas jornalísticas do grupo em todas as plataformas, como jornal, TV, rádio, impresso e internet. Na primeira seção, intitulada de “atributos da informação de qualidade”, são descritos três desses valores: isenção, correção e agilidade. Essa neutralidade, ou como poderia chamar de tentativa de apagamento de sua subjetividade enquanto produtor de acontecimentos jornalísticos (MAROCCO, 2013), aparece ainda mais nítida quando diz que é laico, apartidário e independente de grupos econômicos (GLOBOb, 2011, s.n).

Entretanto, conforme pesquisas da Ciência Política em articulação com a Comunicação, em diversos momentos históricos a TV Globo e o Jornal Nacional corromperam seu próprio discurso. Seja via alinhamento com o governo militar (BOLAÑO, 1999), numa época onde atos institucionais feriam direitos básicos democráticos, como a censura, ou mesmo nas eleições de 1989, ao privilegiar um dos candidatos numa clara manipulação envolvendo elementos de composição audiovisual (AZEVEDO, 2009, p. 52), uma das dimensões características da materialidade televisiva (GUTMANN, 2012). No dia 02 de setembro de 2013, por exemplo, o Jornal Nacional exibiu uma matéria sobre o lançamento de um site produzido pelo o Globo em que, numa espécie de editorial disponível no site, reforça que “o apoio do Grupo Globo ao golpe é visto internamente pelas Organizações Globo como um erro há anos”. Ao final do editorial, o locutor, que é o próprio apresentador do JN, William Bonner, ainda lê que “reafirmamos nosso incondicional e perene apego aos valores democráticos”. Apesar de reconhecer o erro quase cinquenta anos depois, a narrativa construída demonstra como os telejornais, como instituições culturais, historicamente não sustentam seu próprio discurso de defesa de valores jornalísticos universais e que não



podem ser vistos/analizados de forma descontextualizada ao meio social/cultural em que estão inseridos.

É neste sentido que retoma-se o apelo de Gomes (2011) para o cuidado metodológico de observar aos deslocamentos de significados de palavras-chaves que definem o jornalismo como instituição - no que chama conceitualmente de estrutura de sentimento. É uma forma de olhar “para o modo como o telejornalismo é construído processualmente e, assim, acessar a emergência de novas características que ainda não se cristalizaram em ideologias, convenções, normas, gêneros” (GOMES, 2011, p. 28).


É interessante o diálogo dessa perspectiva com a pesquisa de Albuquerque (2000), ao comparar o sistema constitucional e de comunicação brasileiro com o estadunidense. O pesquisador considera que, diferentemente da imprensa estadunidense que define seus fatos e a objetividade com referência a valores da sociedade, a imprensa brasileira constrói seu compromisso político fazendo “construir um consenso em torno de verdades que, embora evidentes, infelizmente parecem não o ser para uma parcela significativa da população” (ALBURQUERQUE, 2000, p. 41). De modo a exemplificar essa proposição, afirma que os jornalistas brasileiros buscam o equilíbrio das notícias na tentativa de “ilustrar uma tese que de apresentar interpretações conflitantes acerca de um assunto” (2000, p. 42). Nesta lógica, pensando na clássica noção de quarto poder, a imprensa brasileira não apenas buscaria contribuir para o equilíbrio dos outros três poderes, mas também reivindicaria autoridade para “em casos de disputas entre eles, intervir em favor de um poder contra o outro, a fim de preservar a ordem pública” (2000, p. 43).

Constata-se, portanto, que os valores discursivos sobre o campo profissional do jornalismo, como a isenção, imparcialidade e objetividade, difundidos nas políticas editoriais, acabam não se sustentando, resultando num conflito típico de um campo problemático (QUERÉ, 2005). O jornalismo ignora discursivamente seu caráter hermenêutico – até mesmo por almejar ‘simplificar’ os acontecimentos.

Com foco ao recorte de análise, o Jornal Nacional realiza entrevistas apenas entre os candidatos que disputam a vaga de presidente (a) da república. Não são todos candidatos que são convidados – apenas aqueles que lideram as pesquisas eleitorais. Como um produto audiovisual, chama a atenção para a necessidade de compreender também como a performance dos sujeitos de fala e a entrevista como formato telejornalístico contribuem com os sentidos jornalísticos.

A entrevista em sua relação com a cultura: o caso JN.

Além da premissa de um formato informativo, considera-se a perspectiva da entrevista em suas relações valorativas com o próprio telejornalismo



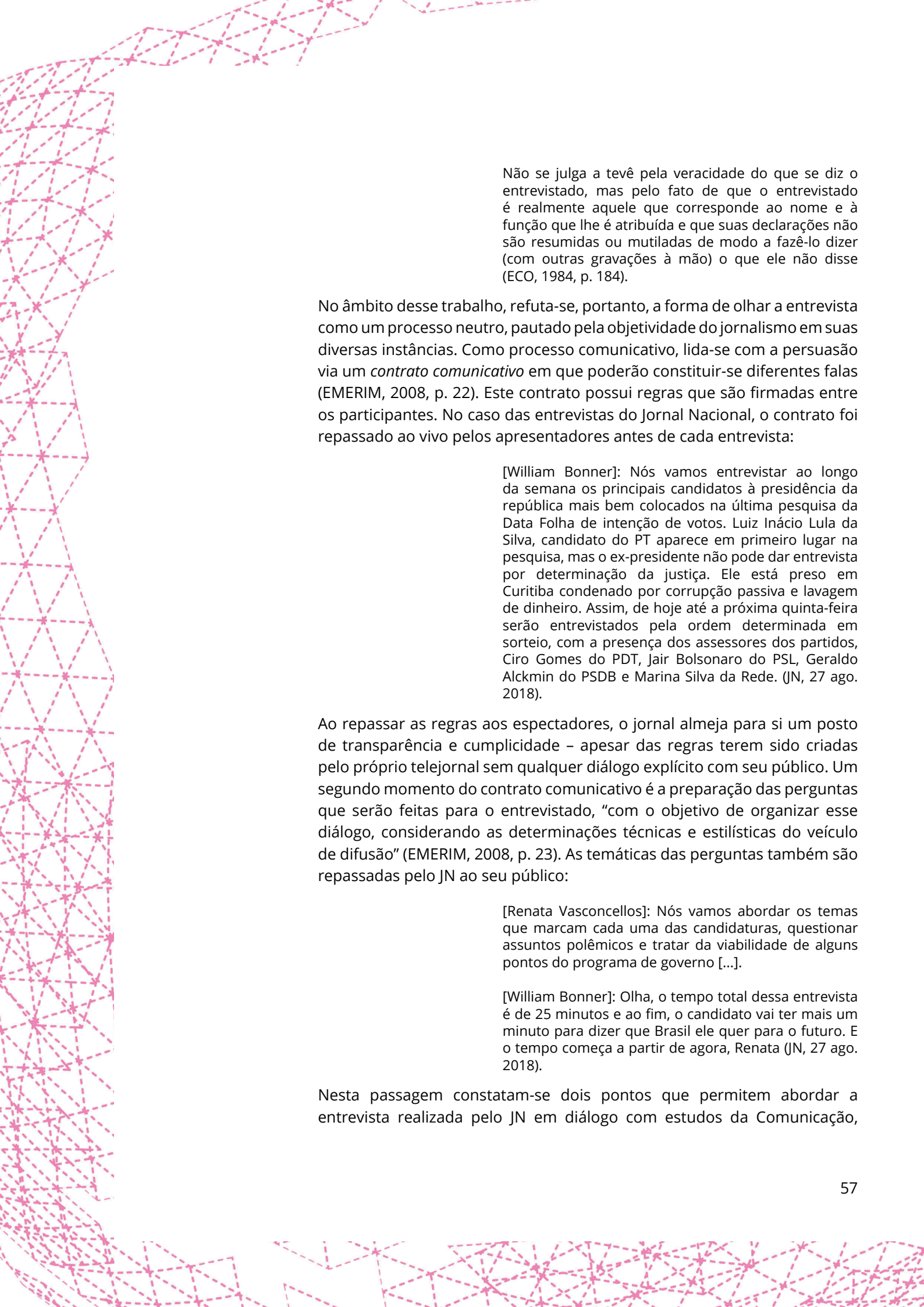
2. Globoplay é o serviço de *streaming* de vídeos sob demanda do Grupo Globo. A captura das entrevistas que compõem os objetos de análise desse trabalho foi realizada via página do Jornal Nacional no Globoplay pelo *software* gratuito *aTube Catcher*.

enquanto forma cultural. Fernanda Silva (2013) afirma que a entrevista como prática jornalística surge paralelamente à profissionalização dos repórteres e que sua associação com o campo político se desenvolve a partir da vinculação do jornalismo com os valores democráticos. “Ancorados no sentido tradicional de vigilância, os jornalistas contemporâneos assumem um papel de cães de guarda do poder institucional, fiscalizando suas ações e divulgando-as à sociedade” (SILVA, 2013, p. 67).

A pesquisadora faz uma ressalva sobre o modo como a vigilância varia de acordo com o contexto sociocultural. Nos anos iniciais da televisão no Brasil, a inclusão de assuntos políticos era uma forma de adquirir seriedade aos programas, já que até então o aparelho era visto como mero entretenimento. Assim, a entrevista por vezes era realizada por jornalistas como via de defender ideais e partidos políticos. Na ditadura, devido à censura, a entrevista frequentemente abordava assuntos do cotidiano com o intuito de firmar o campo profissional num período em que a entrevista política era limitada. Com o enfraquecimento do regime militar entre o final da década de 70 e início da de 80, nota-se mais uma transformação: “os jornalistas mantinham uma oposição relativa contra a ditadura. Para os telespectadores que esperavam um debate público, os programas que não se posicionavam claramente contra a ditadura eram tidos como mornos e parciais” (SILVA, 2013, p. 70).

A associação do jornalismo com a noção de vigilância permanece até hoje. As entrevistas com os candidatos à presidência são um dos poucos momentos em que o Jornal Nacional muda seu formato tradicional para receber convidados no estúdio do Rio de Janeiro. O espaço dado, logo no primeiro bloco, é outro destaque. O tempo de 27 minutos concedido nas eleições de 2018 é maior do que o registrado em 2014, quando foram dedicados 15 minutos. Considerando que uma edição média do Jornal Nacional, conforme disponibilização no *GloboPlay*², possui pouco mais de 50 minutos, as entrevistas ocuparam mais de um terço do programa, numa clara referência a importância que o JN concedeu à temática política.

Emerim (2008) questiona a função clássica definida por corporações jornalísticas sobre a entrevista ser uma forma de fornecer informação, visto que frequentemente ela acontece apenas como uma necessidade do jornalismo se concretizar como forma. Utilizando-se desse olhar, acrescenta-se ainda que ocasionalmente a entrevista pode ser uma via para a promoção da credibilidade dos noticiários - sendo que o que importa não é o que o entrevistado diz, mas sim, sua credencial/titulação. Uma abordagem que se aproxima da referida noção é a de NeoTV, criada por Umberto Eco (1984) no contexto do surgimento das emissoras independentes na década de 70 e 80 e que apresentavam a proposta de exibir uma janela para a realidade, mas que na verdade, a imagem da tal janela constituía a visão de si mesmas - o que chama a atenção para a performance na TV. Neste contexto, o sociólogo afirmava:



Não se julga a tevê pela veracidade do que se diz o entrevistado, mas pelo fato de que o entrevistado é realmente aquele que corresponde ao nome e à função que lhe é atribuída e que suas declarações não são resumidas ou mutiladas de modo a fazê-lo dizer (com outras gravações à mão) o que ele não disse (ECO, 1984, p. 184).

No âmbito desse trabalho, refuta-se, portanto, a forma de olhar a entrevista como um processo neutro, pautado pela objetividade do jornalismo em suas diversas instâncias. Como processo comunicativo, lida-se com a persuasão via um *contrato comunicativo* em que poderão constituir-se diferentes falas (EMERIM, 2008, p. 22). Este contrato possui regras que são firmadas entre os participantes. No caso das entrevistas do Jornal Nacional, o contrato foi repassado ao vivo pelos apresentadores antes de cada entrevista:

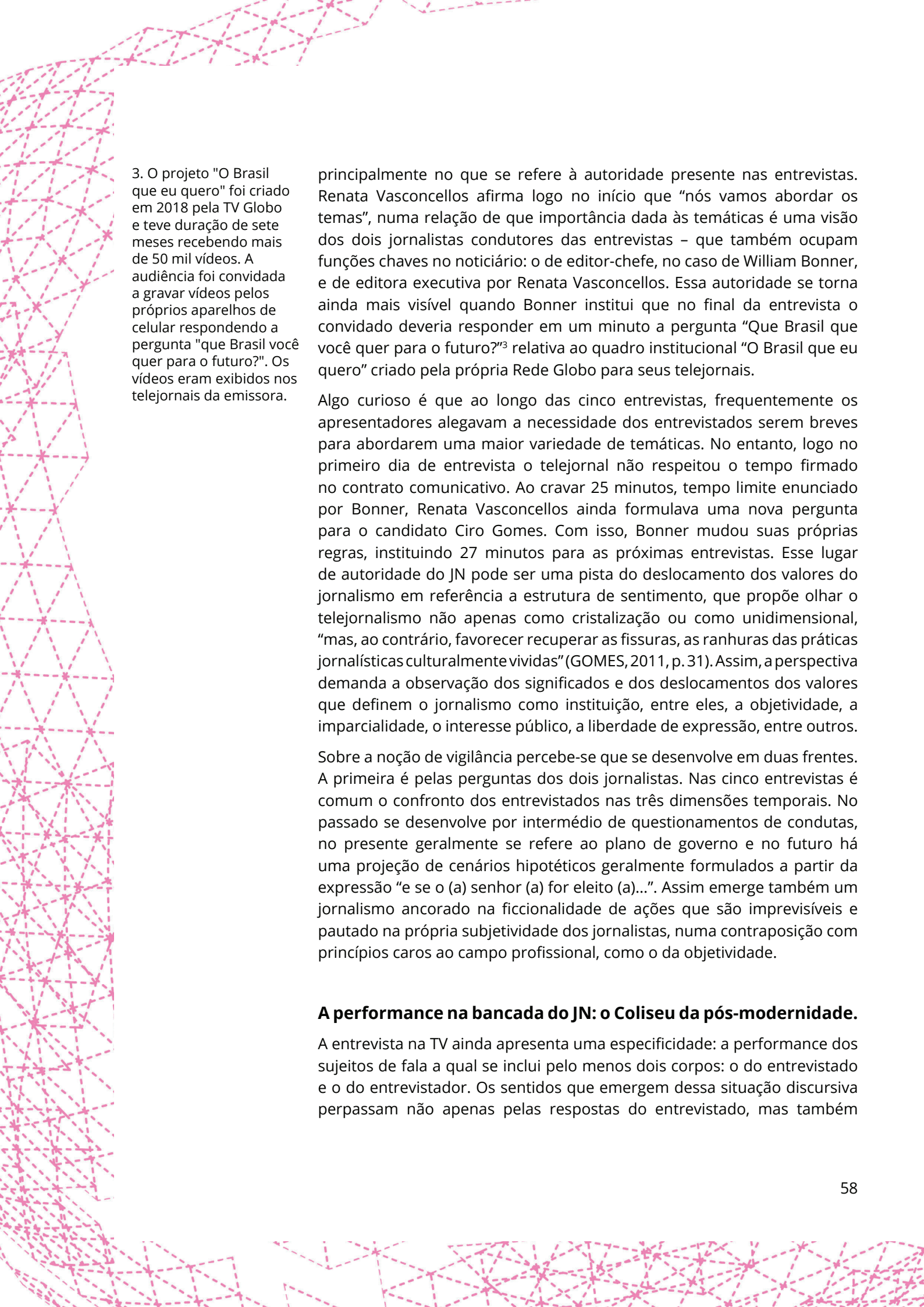
[William Bonner]: Nós vamos entrevistar ao longo da semana os principais candidatos à presidência da república mais bem colocados na última pesquisa da Data Folha de intenção de votos. Luiz Inácio Lula da Silva, candidato do PT aparece em primeiro lugar na pesquisa, mas o ex-presidente não pode dar entrevista por determinação da justiça. Ele está preso em Curitiba condenado por corrupção passiva e lavagem de dinheiro. Assim, de hoje até a próxima quinta-feira serão entrevistados pela ordem determinada em sorteio, com a presença dos assessores dos partidos, Ciro Gomes do PDT, Jair Bolsonaro do PSL, Geraldo Alckmin do PSDB e Marina Silva da Rede. (JN, 27 ago. 2018).

Ao repassar as regras aos espectadores, o jornal almeja para si um posto de transparência e cumplicidade – apesar das regras terem sido criadas pelo próprio telejornal sem qualquer diálogo explícito com seu público. Um segundo momento do contrato comunicativo é a preparação das perguntas que serão feitas para o entrevistado, “com o objetivo de organizar esse diálogo, considerando as determinações técnicas e estilísticas do veículo de difusão” (EMERIM, 2008, p. 23). As temáticas das perguntas também são repassadas pelo JN ao seu público:

[Renata Vasconcellos]: Nós vamos abordar os temas que marcam cada uma das candidaturas, questionar assuntos polêmicos e tratar da viabilidade de alguns pontos do programa de governo [...].

[William Bonner]: Olha, o tempo total dessa entrevista é de 25 minutos e ao fim, o candidato vai ter mais um minuto para dizer que Brasil ele quer para o futuro. E o tempo começa a partir de agora, Renata (JN, 27 ago. 2018).

Nesta passagem constata-se dois pontos que permitem abordar a entrevista realizada pelo JN em diálogo com estudos da Comunicação,



3. O projeto "O Brasil que eu quero" foi criado em 2018 pela TV Globo e teve duração de sete meses recebendo mais de 50 mil vídeos. A audiência foi convidada a gravar vídeos pelos próprios aparelhos de celular respondendo a pergunta "que Brasil você quer para o futuro?". Os vídeos eram exibidos nos telejornais da emissora.

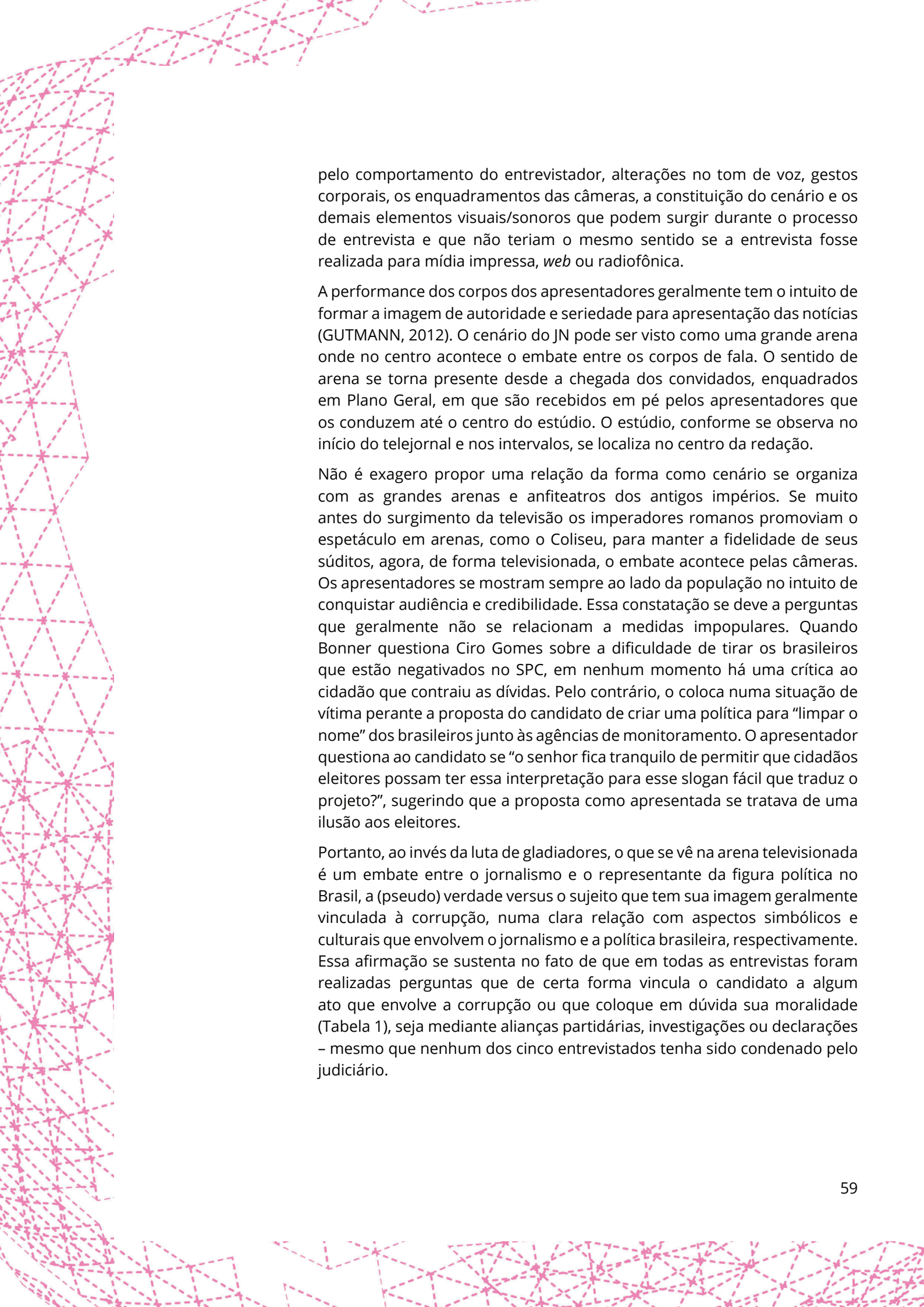
principalmente no que se refere à autoridade presente nas entrevistas. Renata Vasconcellos afirma logo no início que "nós vamos abordar os temas", numa relação de que importância dada às temáticas é uma visão dos dois jornalistas condutores das entrevistas – que também ocupam funções-chaves no noticiário: o de editor-chefe, no caso de William Bonner, e de editora executiva por Renata Vasconcellos. Essa autoridade se torna ainda mais visível quando Bonner institui que no final da entrevista o convidado deveria responder em um minuto a pergunta "Que Brasil que você quer para o futuro?"³ relativa ao quadro institucional "O Brasil que eu quero" criado pela própria Rede Globo para seus telejornais.

Algo curioso é que ao longo das cinco entrevistas, frequentemente os apresentadores alegavam a necessidade dos entrevistados serem breves para abordarem uma maior variedade de temáticas. No entanto, logo no primeiro dia de entrevista o telejornal não respeitou o tempo firmado no contrato comunicativo. Ao cravar 25 minutos, tempo limite enunciado por Bonner, Renata Vasconcellos ainda formulava uma nova pergunta para o candidato Ciro Gomes. Com isso, Bonner mudou suas próprias regras, instituindo 27 minutos para as próximas entrevistas. Esse lugar de autoridade do JN pode ser uma pista do deslocamento dos valores do jornalismo em referência à estrutura de sentimento, que propõe olhar o telejornalismo não apenas como cristalização ou como unidimensional, "mas, ao contrário, favorecer recuperar as fissuras, as ranhuras das práticas jornalísticas culturalmente vividas" (GOMES, 2011, p. 31). Assim, a perspectiva demanda a observação dos significados e dos deslocamentos dos valores que definem o jornalismo como instituição, entre eles, a objetividade, a imparcialidade, o interesse público, a liberdade de expressão, entre outros.

Sobre a noção de vigilância percebe-se que se desenvolve em duas frentes. A primeira é pelas perguntas dos dois jornalistas. Nas cinco entrevistas é comum o confronto dos entrevistados nas três dimensões temporais. No passado se desenvolve por intermédio de questionamentos de condutas, no presente geralmente se refere ao plano de governo e no futuro há uma projeção de cenários hipotéticos geralmente formulados a partir da expressão "e se o (a) senhor (a) for eleito (a)...". Assim emerge também um jornalismo ancorado na ficcionalidade de ações que são imprevisíveis e pautado na própria subjetividade dos jornalistas, numa contraposição com princípios caros ao campo profissional, como o da objetividade.

A performance na bancada do JN: o Coliseu da pós-modernidade.

A entrevista na TV ainda apresenta uma especificidade: a performance dos sujeitos de fala a qual se inclui pelo menos dois corpos: o do entrevistado e o do entrevistador. Os sentidos que emergem dessa situação discursiva perpassam não apenas pelas respostas do entrevistado, mas também



pelo comportamento do entrevistador, alterações no tom de voz, gestos corporais, os enquadramentos das câmeras, a constituição do cenário e os demais elementos visuais/sonoros que podem surgir durante o processo de entrevista e que não teriam o mesmo sentido se a entrevista fosse realizada para mídia impressa, *web* ou radiofônica.

A performance dos corpos dos apresentadores geralmente tem o intuito de formar a imagem de autoridade e seriedade para apresentação das notícias (GUTMANN, 2012). O cenário do JN pode ser visto como uma grande arena onde no centro acontece o embate entre os corpos de fala. O sentido de arena se torna presente desde a chegada dos convidados, enquadrados em Plano Geral, em que são recebidos em pé pelos apresentadores que os conduzem até o centro do estúdio. O estúdio, conforme se observa no início do telejornal e nos intervalos, se localiza no centro da redação.

Não é exagero propor uma relação da forma como cenário se organiza com as grandes arenas e anfiteatros dos antigos impérios. Se muito antes do surgimento da televisão os imperadores romanos promoviam o espetáculo em arenas, como o Coliseu, para manter a fidelidade de seus súditos, agora, de forma televisionada, o embate acontece pelas câmeras. Os apresentadores se mostram sempre ao lado da população no intuito de conquistar audiência e credibilidade. Essa constatação se deve a perguntas que geralmente não se relacionam a medidas impopulares. Quando Bonner questiona Ciro Gomes sobre a dificuldade de tirar os brasileiros que estão negativados no SPC, em nenhum momento há uma crítica ao cidadão que contraiu as dívidas. Pelo contrário, o coloca numa situação de vítima perante a proposta do candidato de criar uma política para “limpar o nome” dos brasileiros junto às agências de monitoramento. O apresentador questiona ao candidato se “o senhor fica tranquilo de permitir que cidadãos eleitores possam ter essa interpretação para esse slogan fácil que traduz o projeto?”, sugerindo que a proposta como apresentada se tratava de uma ilusão aos eleitores.

Portanto, ao invés da luta de gladiadores, o que se vê na arena televisionada é um embate entre o jornalismo e o representante da figura política no Brasil, a (pseudo) verdade versus o sujeito que tem sua imagem geralmente vinculada à corrupção, numa clara relação com aspectos simbólicos e culturais que envolvem o jornalismo e a política brasileira, respectivamente. Essa afirmação se sustenta no fato de que em todas as entrevistas foram realizadas perguntas que de certa forma vincula o candidato a algum ato que envolve a corrupção ou que coloque em dúvida sua moralidade (Tabela 1), seja mediante alianças partidárias, investigações ou declarações – mesmo que nenhum dos cinco entrevistados tenha sido condenado pelo judiciário.

Tabela 1. Vinculação com atos de corrupção ou de moralidade questionada. Fonte: Jornal Nacional, 2018.

CANDIDATO(A)	PERGUNTA DO (A) APRESENTADOR (A)
CIRO GOMES	[Bonner]: [...] O senhor num dado momento disse que bota a mão no fogo pelo Presidente do seu partido, Carlos Lupi. [...] Eu vou pedir licença neste momento, por que eu preciso atualizar o público sobre o histórico do Carlos Lupi e aí eu vou encaminhar a pergunta. Carlos Lupi responde a inquérito no Supremo Tribunal Federal numa investigação sobre possível compra de apoio político para Dilma Rousseff em 2014. [...] Qual é a coerência de se dizer intransigente com a corrupção e ao mesmo tempo o senhor escolher para integrar o seu governo uma pessoa com um perfil, um histórico como esse o de Carlos Lupi para que ele ocupe o cargo que ele quiser candidato?
JAIR BOLSONARO	[Vasconcellos]: [...] O senhor dispensou o auxílio moradia, mesmo tendo apartamento em Brasília em março desse ano. O senhor já tinha dito que isso não é ilegal, e de fato não é. Mas o que há de novo num candidato que defende a moralidade no uso do dinheiro público, mas que só volta atrás quando é cobrado publicamente?
GERALDO ALCKMIN	[Bonner]: O senhor tem dentro do seu próprio partido, “diga-me com que andas, que te direi quem és”. Dentro do seu partido você tem Aécio Neves e Eduardo Azeredo. Ambos com envolvimento em casos de corrupção [...] O senhor tem dito que é favor da Lava Jato, o senhor é favor do combate a corrupção. Como presidente do PSDB, porque é que você não pediu, não propôs até agora a expulsão desses dois elementos do seu partido?
MARINA SILVA	[Bonner]: Na eleição passada a senhora obteve 22 milhões de votos e aí no segundo turno a senhora declarou apoio ao candidato do PSDB Aécio Neves, que se tornou depois daquilo réu por corrupção passiva e obstrução da justiça. O que a senhora tem a dizer aos eleitores que votaram em Aécio Neves por causa da sua recomendação?
FERNANDO HADDAD	[Bonner]: Candidato, o seu nome foi citado na delação da Odebrecht, o seu nome. O seu nome também foi citado na delação de Mônica Moura e na da UTC, de Ricardo Pessoa. O senhor acabou de ser denunciado no Ministério Público nessa semana por corrupção passiva, lavagem de dinheiro, formação de quadrilha. O senhor mais quatro pessoas, entre elas inclusive o ex-tesoureiro do PT João Vaccari. O senhor, portanto, é denunciado na Lava Jato. Isso não o constrange como deputado à presidência da república?

Outro componente da performance é que a audiência não está presente fisicamente, mas o sentido de vigilância ganha força com os movimentos de câmera que passeiam em torno dos três corpos, muitas vezes em *travelling*. Todas as câmeras convergem para um mesmo ponto: a bancada onde acontece a entrevista, por isso a abordagem de apresentá-la como

Figura 1. O cenário JN nas entrevistas. Fonte: Jornal Nacional, 2018.



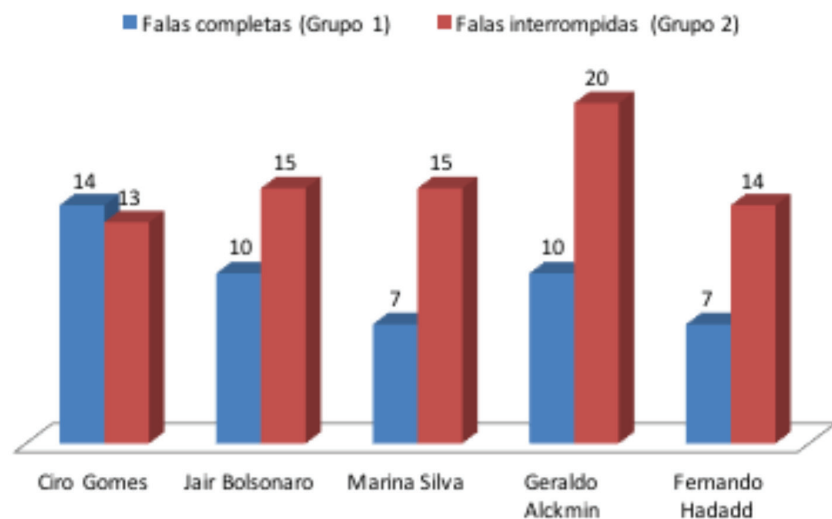
uma arena onde os 360 graus de sua amplitude são monitorados pelas (ao menos) nove câmeras que foram identificadas nessa pesquisa. Algumas, como a que enquadra a Figura 1, reforçam o efeito de vigilância ao sugerir a ideia de bastidor, já que outras câmeras também são ‘flagradas’ pelo Plano Geral.

O Plano Geral é utilizado em diferentes momentos demonstrando o poderio tecnológico do Jornal Nacional em seu estúdio. O enquadramento também condiciona a conversa, sendo que “o plano geral do estúdio reforça esse lugar ao inserir os sujeitos de fala num mesmo espaço visual que permite a conformação do diálogo” (GUTMANN, 2012, p. 120). Numa relação com o que diz Eliseo Véron (2003), sobre o “eixo O-O”, se referindo ao encontro dos olhares entre o público e o apresentador como uma característica do discurso televisivo em seu processo de identificação (VERON, 2003), nas entrevistas do JN o espectador ocupa um papel de observador. São poucas as vezes que os jornalistas e o próprio convidado olham para a câmera, apesar de todos os sujeitos de fala terem uma câmera exclusiva enquadrada em Primeiro Plano direcionadas para si. A exceção se encontra no início da entrevista, quando os jornalistas repassam os objetivos da entrevista, e ao final, quando o candidato olha para a câmera por um minuto para responder a pergunta do quadro “O Brasil que eu quero”.

As performances não aparentam ter o objetivo de ser um lugar de fato para apresentação de ideias ao eleitor/espectador. Essa conclusão é tomada utilizando-se do conceito de encaixe da narrativa de Todorov (1971). O autor considera que a propriedade mais marcante da narrativa é a o encaixe, em que numa narrativa principal existem outras narrativas que são encaixadas, e subordinadas, à narrativa principal de forma que se torne concreto o sentido da enunciação. “Toda a narrativa deve tornar explícito o seu processo de enunciação; mas para isso é necessário que apareça uma nova narrativa em que esse processo de enunciação seja apenas uma parte do enunciado” (TODOROV, 1971, p. 87).

Assim, considera-se uma narrativa principal desenvolvida no debate, conduzida pelos apresentadores, que promove encaixes com as narrativas subordinadas, desenvolvidas pelos candidatos – já que as respostas dos candidatos são direcionadas a partir dos questionamentos e das interrupções realizadas pelos apresentadores. No intuito de exemplificar essa constatação, foram classificadas, num gesto interpretativo, as narrativas desenvolvidas pelos entrevistados em dois grupos: Grupo 1) Falas completas, em que o entrevistado consegue completar sua fala sem interrupção; Grupo 2) Falas incompletas, em que o entrevistado não consegue concluir sua fala, já que é interpelado pelos jornalistas que conduzem para uma nova abordagem ou se mostram insatisfeitos com a resposta do convidado. Os resultados do levantamento são descritos na Figura 2 a seguir:

Figura 2. As interrupções nas entrevistas do JN.
Fonte: do autor, 2018.



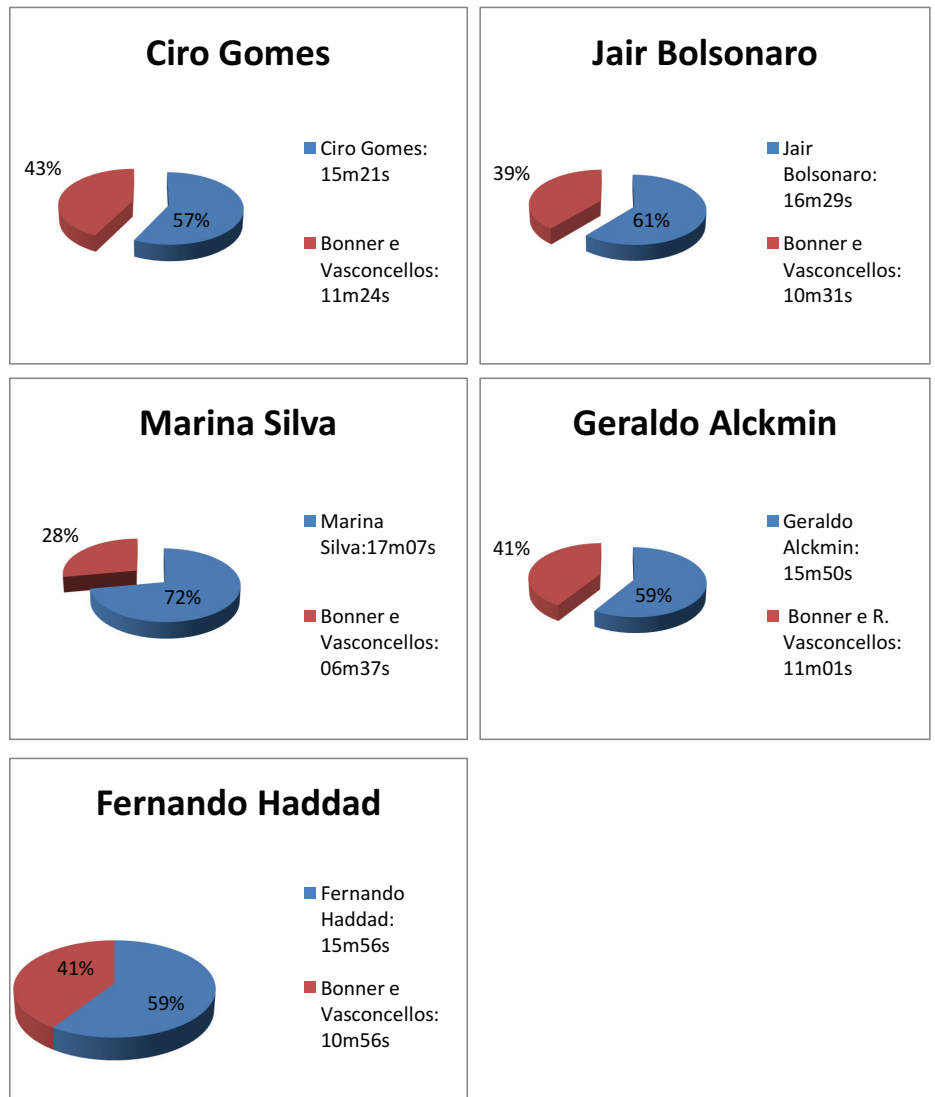
Primeiramente é preciso ressaltar que a análise não tem o objetivo de demonstrar que determinado candidato foi favorecido ou prejudicado. A forma como cada convidado expõe suas ideias e se relaciona com os apresentadores é determinante para o ritmo que a entrevista adquire – o que seria incoerente afirmar que o levantamento demonstra algum favorecimento. O que desperta atenção nesse exercício é que quatro, dos cinco candidatos entrevistados não conseguiram concluir suas falas na maioria das vezes em que responderam aos questionamentos dos jornalistas. Até mesmo Ciro Gomes, único em que o Grupo 2 foi menor do que o Grupo 1, a diferença é mínima, de apenas uma fala. Esse panorama demonstra como a entrevista obtém um alto *status* performático, já que a exposição de ideias por parte dos convidados muitas vezes ocupa uma posição secundária para dar lugar a um embate. Os apresentadores aparentam importar mais com a necessidade de interrompê-los e mostrar que estão errados, do que ouvi-los de fato. Essa constatação é feita pela presença de expressões literárias, como a ironia. Após Renata


4. Para o cálculo do tempo foi utilizado um programa de edição (*Adobe Premiere*) em que foi possível separar as falas dos apresentadores e do convidado. As falas sobrepostas não foram contabilizadas, o que justifica em alguns casos de o tempo contabilizado ser inferior ao tempo total da entrevista: pouco mais de 27 minutos.

Vasconcellos questionar Marina Silva sobre a falta de posicionamento em assuntos polêmicos e de encaminhar discussões para debate público, a apresentadora diz num tom irônico: “novamente... debater, debater, debater” – numa referência de que a candidata não apresentava propostas concretas. O mesmo recurso é utilizado por Bonner para rebater Ciro Gomes quando este diz que as diferenças de ideias com a vice de chapa é saudável para compor uma parceria mais plural, citando o exemplo do ex-presidente Lula, preso em 2018, e seu vice, o empresário José de Alencar. O apresentador diz também em tom irônico: “foi sua inspiração para buscar o apoio de Kátia Abreu?”.

Outro dado a ser considerado é o tempo de fala. A informação possibilita identificar o espaço que cada sujeito de fala obteve, sendo um gesto que permite refletir sobre os valores jornalísticos e o próprio caráter do formato informativo empregado. Assim, contabiliza-se⁴, conforme a Figura 3:

Figura 3. O tempo de fala dos entrevistados e dos jornalistas nas entrevistas do JN. Fonte: do autor com dados do Jornal Nacional, 2018.



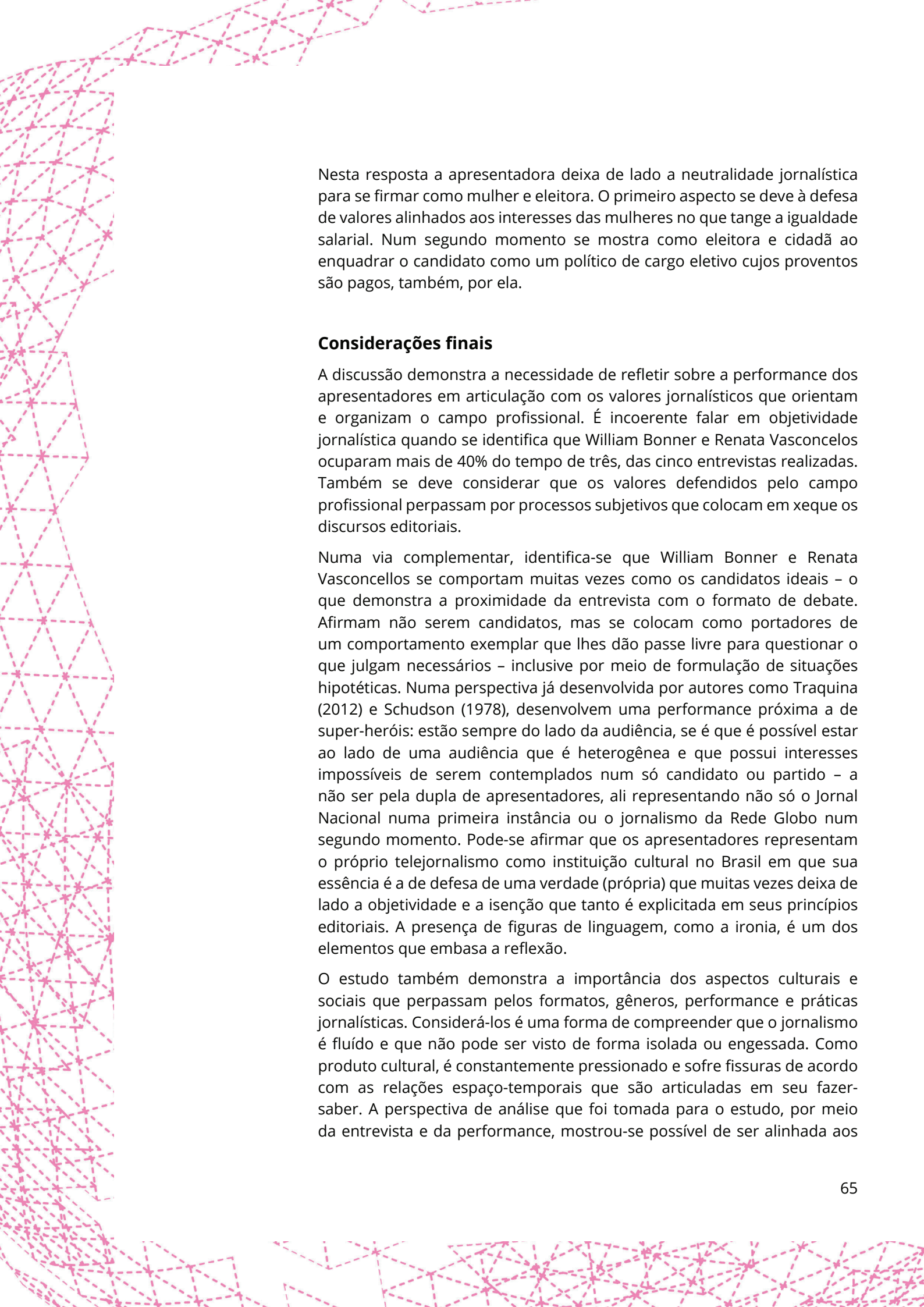


Os dados demonstram que, com exceção de Marina Silva, o tempo de fala dos entrevistadores ocupou mais de um terço do tempo total destinado à entrevista. Na maioria dos casos, ultrapassa 40% de um espaço que é descrito pelo próprio telejornal com o objetivo de “abordar os temas que marcam cada uma das candidaturas, questionar assuntos polêmicos e tratar da viabilidade de alguns pontos do programa de governo”, conforme enfatizou Renata Vasconcellos durante a primeira entrevista da série. No entanto, questiona-se se o tempo concedido de fato aos candidatos é suficiente, já que parte considerável é ocupada pelos próprios apresentadores.

Esses fatores fazem indagar inclusive a respeito do formato que o Jornal Nacional denomina como sendo entrevista. Toda a performance coloca os sujeitos de fala mais próximos a um formato de debate, se considerar o que diz Souza (2015) sobre a entrevista como um gênero que pode ser apropriado pelo telejornal como um formato informativo. Nele, “o entrevistado é o foco e não há show comandado pelo jornalista apresentador” (2015, p. 148). Para efeito de problematizar essa hipótese, assume-se que o debate pressupõe a presença de ao menos dois convidados (SOUZA, 2015, p. 143). Assim, não é exagero sugerir que os outros dois participantes do debate são figurados pelos próprios apresentadores que se portam como detentores de um (quarto?) poder que os permite dizer o que é certo e o que é errado. Quando questionados sobre a veracidade de suas informações, negam que são passíveis de erro – para isso duas notas secas foram emitidas após as entrevistas para demonstrar ao espectador que estavam certos em suas informações e reafirmarem a posição de credibilidade.

Ao serem indagados por Jair Bolsonaro sobre o apoio ao golpe militar de 1964, fizeram um mea-culpa afirmando que o Grupo Globo já havia assumido que errou na época, mas que outros jornais também cometeram o equívoco: numa clara articulação de que o erro não foi da TV Globo, mas do jornalismo como instituição no Brasil. E se ao contrário da entrevista, o debate prevê que ambas as partes respondam às perguntas, isso acontece quando Bonner responde um questionamento feito por Fernando Haddad sobre o início de um período de recessão. Na ocasião, Bonner diz: “o senhor me fez uma pergunta, eu vou lhe responder [...]”. A resposta do apresentador é concedida à Haddad em um minuto e vinte segundos, sem que fosse descontado do tempo total dedicado ao candidato. Vasconcellos também se posiciona quando Bolsonaro insinua que há diferença salarial em relação ao seu colega de bancada:

[VASCONCELLOS]: O senhor é um funcionário público, um deputado federal há 27 anos, e como contribuinte, ajudo a pagar o seu salário. O meu salário não diz respeito a ninguém, e eu posso garantir ao senhor que, como mulher, jamais eu aceitaria um salário menor que o de um homem que exercesse as mesmas funções e atribuições que eu (JN, 29 ago. 2018).



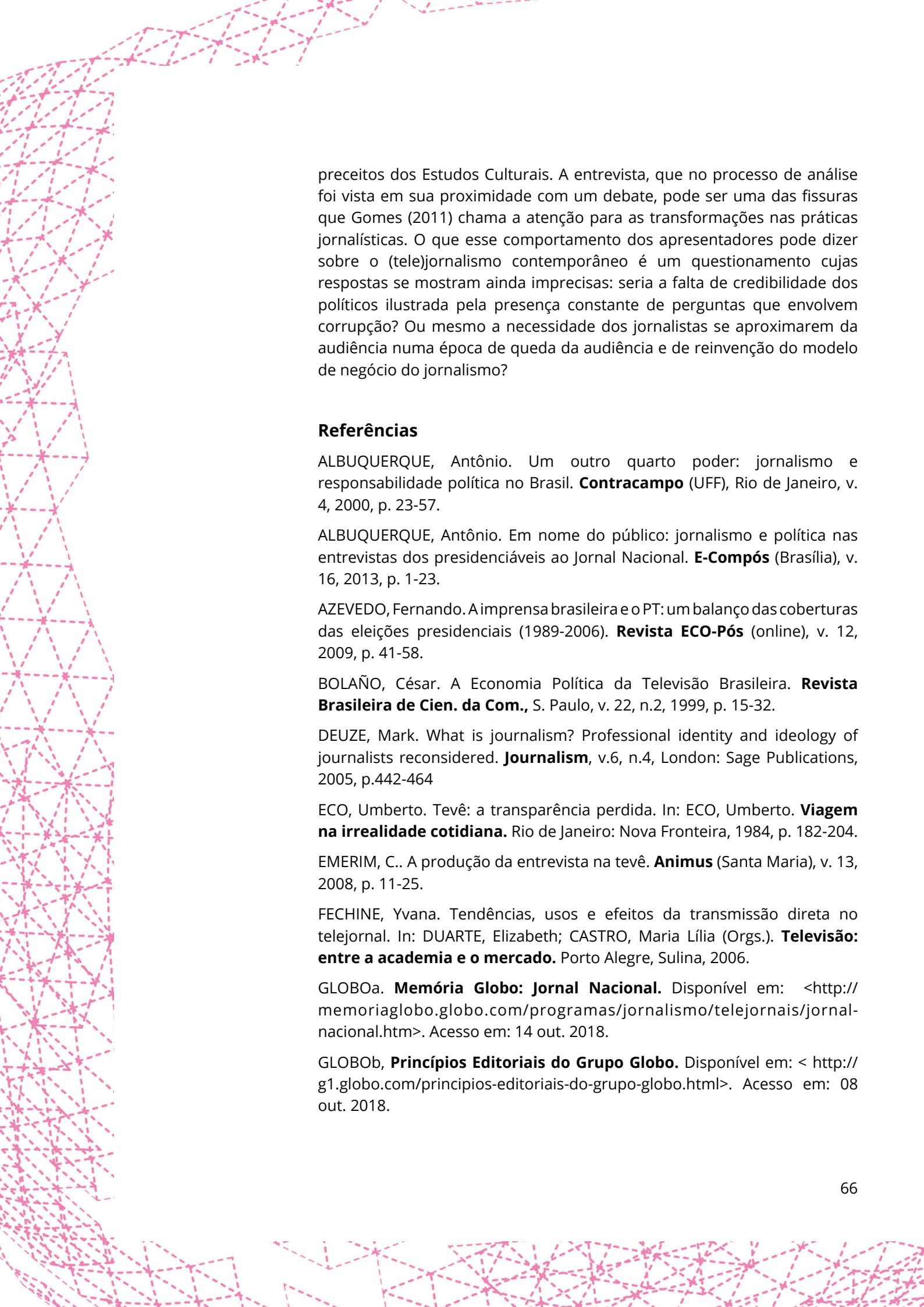
Nesta resposta a apresentadora deixa de lado a neutralidade jornalística para se firmar como mulher e eleitora. O primeiro aspecto se deve à defesa de valores alinhados aos interesses das mulheres no que tange a igualdade salarial. Num segundo momento se mostra como eleitora e cidadã ao enquadrar o candidato como um político de cargo eletivo cujos proventos são pagos, também, por ela.

Considerações finais

A discussão demonstra a necessidade de refletir sobre a performance dos apresentadores em articulação com os valores jornalísticos que orientam e organizam o campo profissional. É incoerente falar em objetividade jornalística quando se identifica que William Bonner e Renata Vasconcelos ocuparam mais de 40% do tempo de três, das cinco entrevistas realizadas. Também se deve considerar que os valores defendidos pelo campo profissional perpassam por processos subjetivos que colocam em xeque os discursos editoriais.

Numa via complementar, identifica-se que William Bonner e Renata Vasconcelos se comportam muitas vezes como os candidatos ideais – o que demonstra a proximidade da entrevista com o formato de debate. Afirmam não serem candidatos, mas se colocam como portadores de um comportamento exemplar que lhes dão passe livre para questionar o que julgam necessários – inclusive por meio de formulação de situações hipotéticas. Numa perspectiva já desenvolvida por autores como Traquina (2012) e Schudson (1978), desenvolvem uma performance próxima a de super-heróis: estão sempre do lado da audiência, se é que é possível estar ao lado de uma audiência que é heterogênea e que possui interesses impossíveis de serem contemplados num só candidato ou partido – a não ser pela dupla de apresentadores, ali representando não só o Jornal Nacional numa primeira instância ou o jornalismo da Rede Globo num segundo momento. Pode-se afirmar que os apresentadores representam o próprio telejornalismo como instituição cultural no Brasil em que sua essência é a de defesa de uma verdade (própria) que muitas vezes deixa de lado a objetividade e a isenção que tanto é explicitada em seus princípios editoriais. A presença de figuras de linguagem, como a ironia, é um dos elementos que embasa a reflexão.

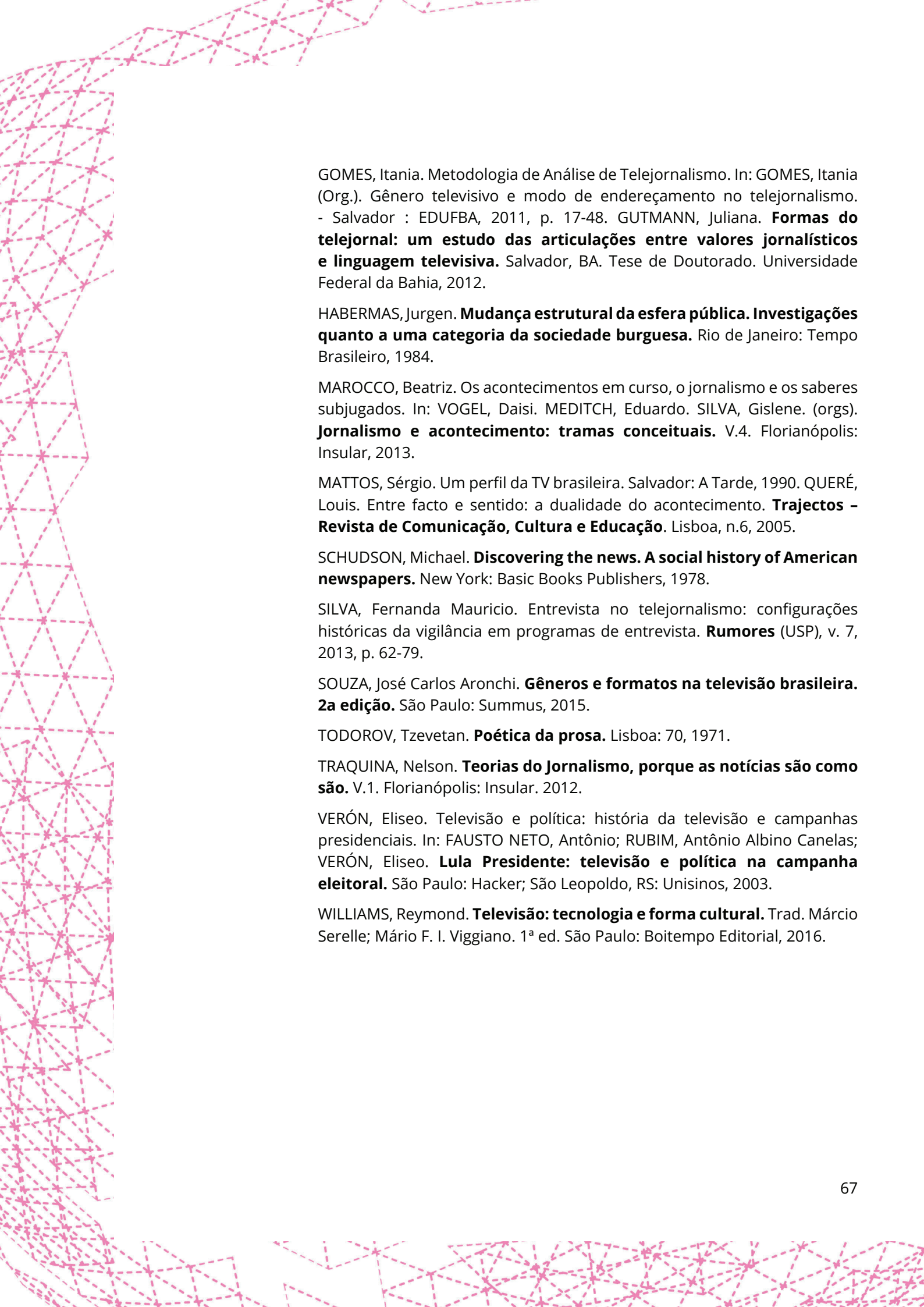
O estudo também demonstra a importância dos aspectos culturais e sociais que perpassam pelos formatos, gêneros, performance e práticas jornalísticas. Considerá-los é uma forma de compreender que o jornalismo é fluído e que não pode ser visto de forma isolada ou engessada. Como produto cultural, é constantemente pressionado e sofre fissuras de acordo com as relações espaço-temporais que são articuladas em seu fazer-saber. A perspectiva de análise que foi tomada para o estudo, por meio da entrevista e da performance, mostrou-se possível de ser alinhada aos



preceitos dos Estudos Culturais. A entrevista, que no processo de análise foi vista em sua proximidade com um debate, pode ser uma das fissuras que Gomes (2011) chama a atenção para as transformações nas práticas jornalísticas. O que esse comportamento dos apresentadores pode dizer sobre o (tele)jornalismo contemporâneo é um questionamento cujas respostas se mostram ainda imprecisas: seria a falta de credibilidade dos políticos ilustrada pela presença constante de perguntas que envolvem corrupção? Ou mesmo a necessidade dos jornalistas se aproximarem da audiência numa época de queda da audiência e de reinvenção do modelo de negócio do jornalismo?

Referências

- ALBUQUERQUE, Antônio. Um outro quarto poder: jornalismo e responsabilidade política no Brasil. **Contracampo** (UFF), Rio de Janeiro, v. 4, 2000, p. 23-57.
- ALBUQUERQUE, Antônio. Em nome do público: jornalismo e política nas entrevistas dos presidentes ao Jornal Nacional. **E-Compós** (Brasília), v. 16, 2013, p. 1-23.
- AZEVEDO, Fernando. A imprensa brasileira e o PT: um balanço das coberturas das eleições presidenciais (1989-2006). **Revista ECO-Pós** (online), v. 12, 2009, p. 41-58.
- BOLAÑO, César. A Economia Política da Televisão Brasileira. **Revista Brasileira de Cien. da Com.**, S. Paulo, v. 22, n.2, 1999, p. 15-32.
- DEUZE, Mark. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. **Journalism**, v.6, n.4, London: Sage Publications, 2005, p.442-464
- ECO, Umberto. Tevê: a transparência perdida. In: ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 182-204.
- EMERIM, C.. A produção da entrevista na tevê. **Animus** (Santa Maria), v. 13, 2008, p. 11-25.
- FECHINE, Yvana. Tendências, usos e efeitos da transmissão direta no telejornal. In: DUARTE, Elizabeth; CASTRO, Maria Lília (Orgs.). **Televisão: entre a academia e o mercado**. Porto Alegre, Sulina, 2006.
- GLOBOa. **Memória Globo: Jornal Nacional**. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional.htm>>. Acesso em: 14 out. 2018.
- GLOBOb, **Princípios Editoriais do Grupo Globo**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>>. Acesso em: 08 out. 2018.



GOMES, Itania. Metodologia de Análise de Telejornalismo. In: GOMES, Itania (Org.). Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo. - Salvador : EDUFBA, 2011, p. 17-48. GUTMANN, Juliana. **Formas do telejornal: um estudo das articulações entre valores jornalísticos e linguagem televisiva**. Salvador, BA. Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia, 2012.

HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública. Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

MAROCCO, Beatriz. Os acontecimentos em curso, o jornalismo e os saberes subjugados. In: VOGEL, Daisi. MEDITCH, Eduardo. SILVA, Gislene. (orgs). **Jornalismo e acontecimento: tramas conceituais**. V.4. Florianópolis: Insular, 2013.

MATTOS, Sérgio. Um perfil da TV brasileira. Salvador: A Tarde, 1990. QUERÉ, Louis. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos - Revista de Comunicação, Cultura e Educação**. Lisboa, n.6, 2005.

SCHUDSON, Michael. **Discovering the news. A social history of American newspapers**. New York: Basic Books Publishers, 1978.

SILVA, Fernanda Mauricio. Entrevista no telejornalismo: configurações históricas da vigilância em programas de entrevista. **Rumores** (USP), v. 7, 2013, p. 62-79.

SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão brasileira. 2ª edição**. São Paulo: Summus, 2015.

TODOROV, Tzevetan. **Poética da prosa**. Lisboa: 70, 1971.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. V.1. Florianópolis: Insular. 2012.

VERÓN, Eliseo. Televisão e política: história da televisão e campanhas presidenciais. In: FAUSTO NETO, Antônio; RUBIM, Antônio Albino Canelas; VERÓN, Eliseo. **Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker; São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.

WILLIAMS, Reymond. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. Trad. Márcio Serelle; Mário F. I. Viggiano. 1ª ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2016.