

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - HABILITAÇÃO JORNALISMO

IAREMA DE LIMA SOARES

**OS SENTIDOS PRODUZIDOS PELAS CRÔNICAS DO JORNAL HOJE: O
EXÓTICO, O GRANDIOSO E O ENCANTAMENTO**

Porto Alegre
2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - HABILITAÇÃO JORNALISMO

IAREMA DE LIMA SOARES

**OS SENTIDOS PRODUZIDOS PELAS CRÔNICAS DO JORNAL HOJE: O
EXÓTICO, O GRANDIOSO E O ENCANTAMENTO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Bacharela em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Sean Hagen

Porto Alegre
2015

IAREMA DE LIMA SOARES

**OS SENTIDOS PRODUZIDOS PELAS CRÔNICAS DO JORNAL HOJE: O
EXÓTICO, O GRANDIOSO E O ENCANTAMENTO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Bacharela em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Sean Hagen

Aprovado em _____ - Conceito Final: _____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Sean Aquere Hagen

Prof^a. Dr^a. Marcia Benetti Machado

Prof^a. Dr^a. Sandra Bitencourt

CIP - Catalogação na Publicação

Soares, Iarema

OS SENTIDOS PRODUZIDOS PELAS CRÔNICAS DO JORNAL
HOJE: O EXÓTICO, O GRANDIOSO E O ENCANTAMENTO /
Iarema Soares. -- 2015.

73 f.

Orientador: Sean Hagen.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Comunicação
Social: Jornalismo, Porto Alegre, BR-RS, 2015.

1. Telejornalismo. . 2. Identidade.. 3. Análise
de Discurso.. 4. Crônicas do Jornal Hoje.. I. Hagen,
Sean, orient. II. Título.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - HABILITAÇÃO JORNALISMO

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) intitulado Crônicas do Jornal Hoje: uma análise dos sentidos produzidos pelas reportagens de viagem do JH - o exótico, o grandioso e o encantamento, de autoria de Iarema de Lima Soares, estudante do curso de Jornalismo, desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, 3 de dezembro de 2015.

Assinatura:

Nome completo do orientador: Prof. Dr. Sean Aquere Hagen.

AGRADECIMENTOS

Dedico esse trabalho aos meus pais. O amor, o zelo, o apoio e a educação que vocês me proporcionaram foram e são fundamentais.

Aos meus irmãos e irmã, que foram os primeiros amigos que angariei na vida, agradeço pelas brincadeiras, risadas e suporte de sempre.

Aos amigos que conquistei ao longo da minha trajetória, agradeço pelos debates enriquecedores e pela compreensão nestes meses de ausência. À Bruna Antunes, Bruna Oliveira e Ayenne, obrigada pelos momentos de descontração e por me tranquilizarem quando eu achava que nada daria certo. À Emilene, Francine, Giovana e Kenya pelas gargalhadas e aconchego. Às migas que me acolheram. À Emanuelle - minha primeira amiga fabricana - que foi fundamental nessa reta final e nos últimos cinco anos e meio, obrigada por ser o melhor ombro amigo que eu poderia ter.

A ajuda de Tiago Abech, editor de texto da TV Globo SP, foi fundamental nesse percurso. Sem a tua disponibilidade e força de vontade, eu não teria tido acesso à idealizadora do quadro que é o mote deste trabalho.

Por fim, agradeço ao meu orientador, Sean, que investiu e acreditou nesta pesquisa. Sou muito grata por todo apoio, paciência, conversas e lições ao longo desses anos de FABICO.

RESUMO

Esta monografia propõe-se a identificar os sentidos produzidos pelas reportagens do Crônicas do Jornal Hoje sobre as identidades estrangeiras. Para isso, foram selecionadas seis reportagens, de seis capitais entre 2010, ano em que foi criado o quadro, até 2015. A crônica é entendida como um espaço no qual o repórter tem liberdade de escrita, no qual ele pode desvencilhar-se das amarras do *hard News* para escrever um texto informativo, mas mais fluido e subjetivo. No que diz respeito à identidade, elas não podem ser vistas como imaculadas (HALL, 2011), ou seja, os indivíduos têm suas peculiaridades identitárias, mas essas diferenças convivem com outros modos vida. O jornalismo, para conseguir abarcar essa complexa realidade, precisa aprender a ir além das tipificações (BERGER; LUCKMANN, 2008) e praticar a alteridade (DIONÍZIO, 2010), aceitar as diferenças culturais e não impor ao outro um padrão de comportamento filtrado pelas vivências de quem relata a realidade. A análise de discurso de linha francesa foi a metodologia adotada para auxiliar no mapeamento das três formações discursivas identificadas: o exótico, o grandioso e o encantamento. Notou-se que a construção das matérias é firmada no “eu”, ou seja, na identidade, subjetividade e vivências do repórter. Independentemente do ano em que foi produzida, da cidade e do jornalista responsável pela reportagem, as tipificações sobre a identidade do outro tendem a se repetir os sentidos construídos sobre o senso comum.

Palavras-chave: Telejornalismo. Identidade. Análise de Discurso. Crônicas do Jornal Hoje.

ABSTRACT

This paper aims to identify the meanings produced about the foreign identities by the *Crônicas do Jornal Hoje*. For this, were selected six stories of six different capitals between 2010, the year it was created in the program, by 2015. The chronic is understood as a space which the reporter has freedom of writing and he can extricate himself from the shackles the hard news to write an informative text, but more fluid and subjective. About the identity, they can not be seen as pristine (Hall, 2011), it means, the individuals have their identity's peculiarities, but these differences coexist with other ways of life. The journalism, to get encompass this complex reality, must learn to go beyond of the typifications (Berger & Luckmann, 2008) and practice otherness (Dionízio, 2010), accepting cultural differences and not impose on another a behavior pattern filtered through the experiences who reports the reality. The french line of discourse analysis was the methodology adopted to assist in mapping the three identified discursive formations: the exotic, the great and the enchantment. It was noted that the construction of stories is entered into the "I", it means, the identity, subjectivity and reporter experiences. Regardless of the year in which it was produced, the city and the journalist responsible for the article, typifications on the identity of the other tend to repeat the senses built on common sense.

Key-words: Television Journalism. Identity. Discourse Analysis. *Crônicas do Jornal Hoje*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Japoneses realizam piquenique.....	49
Figura 2 - Crianças visitam o cemitério no cemitério.....	49
Figura 3 - Repórter mostra a quantidade de esmaltes disponíveis às clientes.....	53
Figura 4 - A variedade de produtos impressiona o repórter.....	54
Figura 5 - Para reforçar a grandeza, são mostrados os produtos que podem ser encontrados na feira.....	54
Figura 6 - Tendas são visitadas para comprovar a diversidade de itens e sabores..	54
Figura 7– Imagem abertura da reportagem do alto do castelo.....	56
Figura 8 – Tomada evidencia localização.....	56
Figura 9 - Cidade de Lisboa torna-se pequena aos pés do castelo.....	56
Figura 10 - Torre do castelo com a bandeira do país em primeiro plano e a cidade ao fundo.....	56
Figura 11 - Tomada de baixo para cima aumenta sensação de enormidade.....	57
Figura 12 - Segunda tomada de baixo para cima.....	57
Figura 13 - Imagem da torre Eiffel toma conta da tela.....	57
Figura 14 - Tomada de toda torre em tela cheia.....	57
Figura 15 – Lustre sofisticado na Recoleta.....	59
Figura 16 – Estátua de período aristocrático argentino.....	59
Figura 17 – Prédio de arquitetura francesa na Argentina.....	59
Figura 18 - Mulher nova-iorquina vista como exemplo de estilo.....	60
Figura 19 - Exemplo de mulher bem-vestida.....	60
Figura 20 - O charme novo iorquino representado pelo vestuário.....	62
Figura 21 -Tomada do alto para evidenciar as curvas da escada.....	62
Figura 22 - Plano detalhe no corrimão de bronze.....	62
Figura 23 - Corredor de cerejeiras.....	63
Figura 24 - O chimarrão presente na milenar feira do Borough Market.....	64
Figura 25 - O queijo que deixa cidadãos comuns próximos à realeza.....	65

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Informações sobre as reportagens.....	42
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 Jornalismo e a Teoria Construcionista	15
2.1 Jornalismo como construção.....	17
2.2 Telejornalismo.....	19
2.3 Crônica: entre o Jornalismo e a Literatura.....	23
2.3 Crônicas do Jornal Hoje.....	26
3 IDENTIDADE CULTURAL	28
3.1 Culturas Híbridas.....	30
3.2 Interações face a face.....	32
4 METODOLOGIA	36
4.1.1 Corpus.....	41
4.2 Quem fala?.....	43
4.2.1 Giuliana Morrone.....	44
4.2.2 Delis Ortiz.....	44
4.2.3 Marcos Uchoa.....	45
4.2.4 Roberto Kowalick.....	46
4.2.5 André Luiz Azevedo.....	47
5 ANÁLISE	48
5.1.1 O exótico.....	48
5.1.2 O grandioso.....	52
5.1.3 O encantamento.....	58
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
REFERÊNCIAS	70

1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa foi motivada pela curiosidade da autora. Pela vontade de conhecer pessoas com culturas diferentes, em saber o que está para além das tipificações e estereótipos aos quais ela e seus pares já incorporaram e acreditam. Há dois anos, a pesquisadora teve a oportunidade de realizar um intercâmbio: a Irlanda, país que faz parte do Reino Unido, mas que é membro da União Europeia era o destino. Como turista, e pelo que havia lido, ela tinha em mente uma série de ideias preconcebidas sobre a população desse país: todos deveriam ser ruivos, falar inglês com sotaque britânico, deveriam ser “frios” no contato interpessoal – por serem europeus –, e apaixonados por cerveja.

Obviamente, que muitas dessas tipificações não se concretizaram, a população não era majoritariamente ruiva - aliás, pouquíssimos eram - eles tinham um sotaque completamente diferente do britânico, eram pessoas muito amigáveis e solidárias. Foi possível perceber que a ideia de “irlandês” que ela tinha em mente não se aplicava à realidade. No contato direto com a população local, foram quebrados diversos estereótipos que a autora tinha em relação a eles, mas também em relação aos alemães, sul-coreanos, franceses e árabes. A relação diária e o constante tensionamento do senso-comum fizeram com que a pesquisadora mudasse seu modo de interagir com esse outro, por ele não ser encaixar nas formulações imaginadas por ela. Entretanto, assim como a autora tinha estereótipos em relação a eles, eles tinham em relação a ela. É importante notar que até mesmo brasileiros de outras regiões do Brasil, que estavam na Irlanda, tinham tipificações sobre o gaúcho, estado em que nasceu.

O movimento de pensar e refletir sua atitude em relação ao estrangeiro a fez questionar como o jornalismo aborda e retrata “o que” e “quem” está do “outro lado” e como os repórteres mostram ao telespectador brasileiro o estrangeiro. Foi encontrado no Crônicas do Jornal Hoje, apresentado aos sábados, o objeto de estudo. Após realizar o download das mais de 90 matérias disponibilizadas no site do telejornal, foram escolhidas seis que tratam de seis capitais de três continentes diferentes, de 2010 - ano de fundação do quadro - até 2015 - no encerramento desta pesquisa. De certo modo, a autora sempre acompanhou o quadro, achava interessante a estruturação leve das reportagens e sentia-se atraída pelo tema

abordado: o turismo. Além disso, o suporte usado - a televisão - sempre lhe despertou grande interesse. A primeira experiência da pesquisadora dentro do universo jornalístico foi como bolsista na redação da Unidade Produtora de TV da UFRGS (UFRGS TV). Ali ela teve a chance de ficar a par dos processos imbricados no fazer jornalístico e somar os conhecimentos adquiridos nessa oportunidade aos que teve, mais tarde, na TVE e na TV Pampa.

A televisão tem grande apelo junto ao público brasileiro. Um levantamento feito pelo IBOPE, a pedido da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República a *Pesquisa brasileira de mídias 2014 – Hábitos de consumo de mídia¹ pela população brasileira* mostrou que a televisão é o meio de comunicação predileto dos brasileiros com 73% das respostas. Quer dizer, a televisão ainda é o meio de maior abrangência no país.

Em um primeiro momento, quando realizava a pesquisa exploratória sobre esse o assunto, foram encontrados diversos estudos que apresentavam como tema o papel da televisão brasileira na formação da identidade nacional, o modo como esse suporte determinava as representações sociais e como Brasil era representado pelos jornalistas estrangeiros. Por outro lado, eram raros os trabalhos que se dedicavam a estudar que tipo de representação os repórteres brasileiros faziam dos países estrangeiros nos quais viviam. As pesquisas que tangenciavam o viés de estudo escolhido pela autora e que a auxiliaram a percorrer o caminho teórico abordavam os tipos de sentidos produzidos sobre culturas e populações estrangeiras. Os trabalhos citados foram encontrados no Lume - Repositório digital da Universidade Federal do Rio Grande do Sul -, e na revista Rumores, da USP: Mulheres do oriente: descobrindo o véu (KLEIN, 2014); A construção de sentidos do programa Fantástico sobre o comportamento ambiental das populações de 8 países: inovação, esbanjamento, sobrevivência e trabalho (SILVA, 2013); Imagens e estereótipos do Brasil em reportagens de correspondentes internacionais (PAGANOTTI, 2007). Entretanto a pesquisa exploratória foi mais abrangente, o site da Intercom, de revistas especializadas e os repositórios digitais de outras quatro universidades foram acessados.

Após a leitura desses trabalhos, o foco foi direcionado para a cronologia do Crônicas do Jornal Hoje dentro do telejornal, ou seja, levantamento e busca de

1 <http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>

informações sobre a história do quadro em questão. Esse foi um dos momentos mais delicados dessa trajetória, porque o site Memória Globo² disponibilizava uma série de dados detalhados sobre o Jornal Hoje, mas não sobre o Crônicas. Foram enviados *e-mails* para as editoras de Internacional do telejornal, responsáveis pela pauta e edição do quadro e, após meses de espera, a pesquisadora foi informada de que elas foram proibidas de responder os questionamentos feitos. Com o auxílio do editor de texto da TV Globo São Paulo, Tiago Abech, foi possível ter acesso ao *e-mail* da idealizadora do Crônicas, a repórter Giuliana Morrone, que respondeu as perguntas.

No que concerne às reportagens que fazem parte do corpus, elas mostram os costumes, modos de agir, pontos turísticos e a história dessas cidades. Os jornalistas, como olhos daquilo que as pessoas não podem vivenciar, precisam contemplar as diversas nuances que compõem o mundo para que o telespectador possa ter ampla compreensão da realidade e da diversidade que o cerca.

A pesquisa tem como objetivo geral identificar quais sentidos são produzidos pelas reportagens do Crônicas do Jornal Hoje sobre as identidades estrangeiras. Já os objetivos específicos são: a) sistematizar e analisar os sentidos dominantes que aparecem nas seis reportagens; b) compreender como os repórteres posicionam-se diante da diferença; c) analisar como as tipificações, quando não tensionadas, constroem a realidade social.

Após a introdução, o segundo capítulo apresenta o histórico das Crônicas do Jornal Hoje, mostra que o embasamento teórico desse trabalho está calcado na Teoria Construcionista, que entende o jornalismo como uma construção coletiva e não como uma simples reprodução da realidade. Ainda nesse capítulo é sustentado que a televisão reforça o vínculo social entre as pessoas e que o telejornalismo, ao mesmo tempo em que entretém, tem como função principal um serviço público: informação qualificada e aprofundada para fazer cidadania. Por fim, a crônica é entendida como um gênero que paira entre o jornalismo - por narrar o mundo - e a literatura - tendo em vista que a escrita é mais subjetiva.

O terceiro capítulo discute que as identidades são construídas e firmadas nas semelhanças e diferenças que o “eu” tem em relação ao outro. A linguagem, como fruto desse sistema e dependendo do modo como ela é empregada, pode

2 <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-hoje.htm>

aproximar ou afastar o estrangeiro de quem fala, além disso, ela pode manter ou quebrar tipificações. No capítulo é lembrada, ainda, a importância da prática da alteridade no fazer jornalístico para que não sejam reproduzidos estereótipos e conhecimentos perniciosos do senso-comum.

No quarto capítulo, os conceitos da análise de discurso de linha francesa que embasam a análise serão apresentados, bem como as formações discursivas e o corpus. Ao final, é feito um resumo da trajetória de cada um dos correspondentes internacionais responsáveis pelas reportagens que compõem o objeto de estudo. Isso foi feito para que se tenha mais subsídio sobre o tema de pesquisa.

O quinto capítulo leva ao leitor a análise das matérias alocando-as em uma, duas ou em todas as categorias discursivas mapeadas: o exótico, o grandioso e o encantamento.

No sexto e último capítulo, é retomado o percurso teórico feito ao longo do trabalho e são apresentadas as considerações finais tensionando se os sentidos produzidos pelas Crônicas do Jornal Hoje auxiliam o telespectador brasileiro a ter uma compreensão mais abrangente da realidade social.

Por fim, o trabalho apresenta as referências.

2 Jornalismo e Teoria Construcionista

Por meio da vivência, pode-se experimentar e estar em contato com diversos acontecimentos, mas é humanamente inviável tomar conhecimento de grande parte dos fatos que ocorrem durante o dia pela impossibilidade de se estar presente nos lugares nos quais os eventos se desenrolam. Por isso, para orientar e para que os cidadãos tenham uma ideia da realidade que os cercam, o jornalismo se faz necessário, observa Fonseca (2003). Beltrão (1992) define o jornalismo como “a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum.” (1992, p. 62). O ato de informar as pessoas apresenta implicações indiretas e uma delas diz respeito ao estabelecimento e reforço do laço social entre os membros de uma mesma sociedade. Foi observado, ainda no princípio do jornalismo impresso, que as notícias eram o mote para dar início a conversas nos espaços públicos, como indica Franciscato (2005, p.73), “Raymond³ identifica que a pergunta ‘*What news*’ era provavelmente uma das questões mais frequentes nos contatos pessoais na Inglaterra no início da Idade Moderna, atuando como uma ‘moeda comum de intercâmbio social.” O recorte dado ao impresso pode ser aplicado à televisão, porque, conforme Wolton, a televisão também funciona como reforço do laço social.

Ela serve para se conversar. A televisão é um formidável instrumento de comunicação entre indivíduos. O mais importante não é o que se vê, mas o fato de se falar sobre isso. A televisão é um objeto de conversação. Falamos entre nós e depois fora de casa. Nisso é que ela é um laço social indispensável numa sociedade onde os indivíduos ficam frequentemente isolados e, às vezes, solitários. (WOLTON, 1996, p.16)

Por lidar com um público amplo, heterogêneo e disperso geograficamente, a cobertura dada pelo telejornalismo aos temas do cotidiano precisa ser vasta e contemplar o esporte, a economia, política, polícia, cultura etc. A linguagem usada no suporte televisivo, simples e direta, procura abarcar uma ampla gama de pessoas, bem como ampliar suas experiências e vivências por meio da narração e da “[...] reconstrução discursiva do mundo com base em um sentido de fidelidade

3 RAYMOND, Joad. **The Invention of the Newspaper** – English Newsbooks – 1641-1649. Oxford: Clarendon Press, 1996.

entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas.” (FRANCISCATO, 2005, p.167). Por meio da narrativa, pode-se observar que a construção da realidade social é permeada pela subjetividade e pela cultura de quem a escreve. Bird e Dardenne (1999) baseiam-se na fala de Rice que afirma que pessoas de uma mesma cultura tendem a ter a mesma percepção seletiva do mundo e isso acarreta tipos característicos de interpretação dos fatos: “[...] os jornalistas, como elementos de uma cultura particular, estão sujeitos à 'gramática da cultura' (Colby, 1975)⁴, que define as regras de construção da narrativa” (1999, p.271). A notícia carrega as vivências e valores de quem a escreveu, de quem a editou e de quem a veiculou, ou seja, da empresa jornalística: o “[...] texto é um recorte, uma 'colagem' ou 'combinação' de observação, descrição e interpretação tanto do jornalista quanto da equipe de produção e das fontes de informação” (FRANCISCATO, 2005, p.168).

A subjetividade está presente no texto jornalístico, entretanto, a grande característica desse tipo de relato é a objetividade, não no sentido da busca pela imparcialidade, mas como ritual estratégico para evitar a subjetividade excessiva, diz Tuchman (1972). Por isso, foram criados e adotados métodos que agilizam o fazer jornalístico, para que o profissional de imprensa consiga cumprir os prazos impostos pelo *deadline*. Além disso, essa metodologia aplicada nas redações reforça a crença do público de que a notícia é fruto de um trabalho isento dos valores de quem o fez. A autora destaca que, entre essas marcas textuais, pode-se observar o uso do *lead*⁵ e das citações entre aspas que, no caso do telejornalismo, se traduz no uso de entrevistas (sonoras) que tiram das mãos do repórter a responsabilidade por determinada fala ou modo de pensar, para transferi-la para a fonte.

O profissional pode demonstrar precisão na apuração de dados, ouvir os mais diversos lados e aspectos sobre determinado assunto. Contudo, quando sugere as pautas e escolhe as fontes para a construção de sua narrativa, é possível perceber a subjetividade implícita nas escolhas feitas. O trabalho do jornalista está impregnado com os valores e visões de mundo dele próprio somado aos valores do jornalismo e das fontes ouvidas. Por isso “o produto jornalístico é um permanente diálogo entre os diferentes interlocutores envolvidos na sua produção ou na sua recepção [...]”. (FRANCISCATO, 2005, p. 168). Além disso, o Franciscato ressalta

4 COLBY, B.N. (1975). “Culture Grammars”. *Science*, Vol.187.

5 O lead ou lide é a abertura da notícia. Nesse trecho do relato jornalístico estão as principais informações sobre o fato.

que o trabalho desses profissionais implica a partilha de normas e valores. A construção da realidade acontece em conjunto, é fruto de uma série de relações entre jornalistas, fontes e veículo de comunicação.

Segundo Traquina (2005), fatores organizacionais são levados em consideração no momento de representar os acontecimentos: encarar as notícias como resultado de um processo de construção não significa dizer que elas sejam menos reais. O leitor, ouvinte ou telespectador ainda ficará atualizado sobre os fatos importantes do dia ao consumi-las, a diferença é que poderá acessar versões diferentes sobre determinado assunto. Traquina (2005) resgata um exemplo de Stuart Hall⁶ que mostra o motivo pelo qual os profissionais preferem não encarar o jornalismo sob esse viés teórico. Sempre muito calcados na ideia de uma réplica fiel dos fatos, com base em imagens e sonoras colhidas, os jornalistas, muitas vezes, rechaçam o postulado de que a cobertura de um mesmo fato pode ter diferentes abordagens, construções e produzir diferentes sentidos no público. Porque isso afetaria a principal crença daqueles que encaram o jornalismo como um reflexo da realidade e o texto como um relato imparcial. Como já foi observado, o relato imparcial é uma meta difícil de ser alcançada, contudo foram criados métodos que evitam a subjetividade excessiva que poderia ser interpretada como opinião.

2.1 Jornalismo como construção

A teoria Construcionista, criada na década de 1970, refuta o conceito de que as notícias simplesmente refletem a realidade, “porque as notícias ajudam a construir a própria realidade. Esta teoria [...] defende a posição de que a própria linguagem não pode funcionar como transmissora direta do significado inerente aos acontecimentos, porque a linguagem neutral é impossível” (TRAQUINA, 2005, p. 168-169). O jornalismo é uma construção, resultado de uma série de interações e do *background*, vivências e modos de encarar o mundo de cada uma das instâncias envolvidas nesse processo de fabricação e apreensão da notícia. Os “[...] profissionais do campo jornalístico definem em última análise para nós [o público] as

⁶ HALL, Stuart. **The Narrative Construction of Reality**: An Interview with Stuart Hall, *Southern Review*, Vol. 17, Nº 1, 1984.

notícias e contribuem ativamente na construção da realidade” (TRAQUINA, 2005, p.29). Tal construção pode ser observada no enquadramento dado, por exemplo, a um protesto realizado por professores que paralisam uma via movimentada da cidade de Porto Alegre. O repórter do veículo X pode dar mais destaque aos transtornos causados no trânsito da cidade, enquanto o profissional do veículo Y pode dar ênfase às reivindicações do grupo e o motivo da ação. Ambos estiveram no mesmo palco do acontecimento, por outro lado, apresentam olhares diferentes sobre o assunto, porque invocam o que Tchuman (1972) caracteriza como *news judgement*, ou seja, a capacidade de “[...] decidir quais os 'fatos' que são mais 'importantes' ou 'interessantes.'" (1972, p.83). Apesar dos modos diferentes de interpretação do fato, ambos têm depositados em seus trabalhos a credibilidade que o Jornalismo construiu junto ao público ao longo do tempo.

A credibilidade, aliás, é o que valida o trabalho do profissional junto às pessoas, contudo, essa característica valiosa pode ser uma construção tão sólida quanto frágil. Isso porque erros cometidos pelo veículo podem provocar “rachaduras” ou, até mesmo, o “desmoronamento moral” de um jornal frente a seu público. Como observa Serra (2006), a formação da credibilidade é um processo de mão-dupla:

[...] produtor/emissor A se vai tornando credível perante um receptor B à medida que vai ganhando a confiança deste; e em que, reciprocamente, um receptor B vai ganhando confiança num produtor/emissor A à medida que este vai conseguindo demonstrar a sua credibilidade (SERRA, 2006, p. 2)

A citada confiança depositada pela sociedade nas notícias, lidas, vistas e ouvidas, dá-se por meio de processos, métodos e estruturas de escrita e edição que buscam levar clareza na apuração e redação do fato. Serra (2006) aponta seis técnicas adotadas pelos jornalistas para tentar construir um discurso verdadeiro: a) confirmação dos fatos por meio de entrevistas e levantamento de dados; b) a responsabilização do profissional que produziu o conteúdo veiculado; c) correção de falhas; d) o reconhecimento do direito de resposta; e) atribuição das notícias a seus verdadeiros autores evitando, assim, o plágio; e, por último, f) o uso da escrita correta. Por meio do uso e aplicação dessas regras conveniadas nas redações e da trajetória dos jornalistas – definidos como aqueles que trabalham para retratar e mostrar a realidade - é firmado o contrato entre eles e a sociedade.

Lemos as notícias acreditando que elas são um índice do real; lemos as notícias acreditando que os profissionais do campo jornalístico não irão transgredir a fronteira que separa o real da ficção. E é a existência de um 'acordo de cavalheiros' entre jornalistas e leitores pelo respeito dessa fronteira que torna possível a leitura das notícias enquanto índice do real e, igualmente, condena qualquer transgressão como 'crime' (TRAQUINA, 1988, p.168)

A crença de que os jornalistas reproduzem a verdade assim como ela é dada aproxima as duas pontas do processo comunicativo. Entretanto, a Teoria Construcionista mostra que a reprodução dos fatos, assim como eles são dados, é impossível, porque na construção do relato estão implícitas as subjetividades de diversos profissionais e outros atores sociais. Benetti (2008) observa que a construção de credibilidade do jornalista está intimamente ligada a do veículo para o qual ele trabalha, mas, além disso, ressalta que métodos de apuração e tratamento dispensado às fontes, além da ética, também são levados em consideração. “A autoridade está associada ao reconhecimento de que o sujeito que enuncia está autorizado a enunciar daquele lugar. Esse reconhecimento origina-se no próprio fato de “ser jornalista” - com tudo que essa nomeação acarreta.” (BENETTI, 2008, p. 52).

2.2 Telejornalismo

Segundo um levantamento encomendado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Pesquisa... 2015)⁷, a televisão é o meio de comunicação mais popular no país: 95% das pessoas entrevistadas afirmaram ver TV, sendo que 73% disseram ter o costume de assistir uma média diária de 4h31 de segunda a sexta-feira. Esses dados apontam a relevância desse meio de comunicação na vida do brasileiro. Outro item interessante é que 79% dos entrevistados veem televisão para se informar. Ou seja, esse suporte é entendido como os “olhos da população” para aquilo que não se pode presenciar, mas que as pessoas vivenciarão por meio da tela. Bucci lembra que o que é “[...] invisível para as objetivas da TV não faz parte do espaço público brasileiro. O que não é iluminado pelo jorro multicolorido dos monitores ainda não foi integrado a ele” (1996, p. 11).

7 Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>.

Wolton (2003) observa que a TV tem três funções essenciais: informar, distrair e educar. O autor lembra, também, que o sucesso desse suporte está intimamente ligado ao fato de proporcionar espetáculo aos telespectadores e que nada impede que o produto exibido consiga aliar entretenimento e qualidade: é preciso enxergar o telespectador como cidadão que “nunca é passivo ou alienado. Ele pode ser influenciado, principalmente por programas de baixa qualidade, mas falar em alienação suporia a perda de seu livre-arbítrio.” (2003, p.68).

E o jornalismo, que tem a função de informar e dar destaque para assuntos considerados de interesse público, ao mesmo tempo deve entreter.

[...] o *telejornalismo se organiza como melodrama*. Todos sabemos que ao jornalismo, seja ele de rádio, revista ou jornal, não basta informar. Ele precisa chamar a atenção, precisa surpreender, assustar. Os produtos jornalísticos são produtos culturais e, nessa condição, fazem seu próprio espetáculo para a plateia. Como se fossem produtos de puro entretenimento, buscam um vínculo afetivo com o freguês. (BUCCI, 1996, p. 29)

Todos os meios de comunicação buscam a fidelização com seu público, mas na televisão a relação construída entre a audiência e os apresentadores tende a ser mais intensa, como observa Hagen (2009). Ressalto a figura dos apresentadores, porque, para o público, eles são os “rostos do telejornal”, apesar de as pessoas saberem que existe uma série de outros profissionais que também estão envolvidos e que são responsáveis pela construção do programa. Para Hagen (2009), o processo de fidelização que se dá por meio dos apresentadores pode ser encarado como uma estratégia das mídias tradicionais para manter aquilo que ela vende aos anunciantes: a audiência.

Hagen (2009) aponta que, apesar dos números quase absolutos sobre a presença da televisão no Brasil, é sabido que o cidadão criou novos hábitos de consumo em relação aos produtos midiáticos e que ficar sujeito à grade de programação já não é algo tão comum entre as pessoas. Na luta contra a queda da audiência, tornar o público fiel a um determinado telejornal tornou-se crucial. Por isso, o grande objetivo é que a “presença” dos apresentadores no seio familiar com os principais fatos do dia torne-se um hábito, que faça parte da rotina “encontrar” determinados apresentadores diariamente e, até mesmo, interagir com eles. Aliás, quando esses jornalistas se mostram humanos, ou seja, erram, pedem desculpas, emocionam-se, riem, o público cria ainda mais empatia, porque eles se constroem

tão reais e verdadeiros quanto a audiência. E é exatamente essa a intenção dos editores ao escreverem “cabeças⁸” – *leads* – mais interativas, deixarem os jornalistas livres para improvisar, emitirem comentários após as reportagens, saírem da bancada. Esses elementos podem ajudar a aproximar as duas pontas do processo comunicativo e torna os que estão do lado de cá da tela fiéis aos que estão do lado de lá. Hagen (2009) estuda o processo de fidelização do público com o antigo casal do Jornal Nacional - William Bonner e Fátima Bernardes –, contudo, as conclusões tiradas deste trabalho podem ser aplicadas a outros pares de apresentadores fixos do telejornalismo: “[...] eles deixam de ser os amigos queridos para ganharem o sentido de ‘pessoas da família’. Esse é um sentimento de acolhida e pertencimento que diz muito sobre quem os recebe de forma tão intensa dentro de casa” (HAGEN, 2009, p. 125).

O jornalismo tem como uma de suas características o estabelecimento de laços sociais, o que é reforçado pelo fato de que 11% dos cidadãos (BRASIL, 2015)⁹ afirmam que encaram a televisão como uma companhia. Segundo Wolton, o caráter desse suporte é promover a

[...] reunião de indivíduos e públicos que tudo tende a separar [na sociedade atual] e oferecer-lhes a possibilidade de participar individualmente de uma atividade coletiva. É uma aliança bem particular entre indivíduo e a comunidade que faz dessa técnica uma atividade constitutiva da sociedade contemporânea (1996, p. 15).

Wolton (1996) também ressalta que, quando se fala em vínculo no telejornalismo, é preciso ter em mente que será necessário falar com as emoções para ter sucesso junto ao público. A emoção é importante, contudo, ela deve ser usada com parcimônia. A hiperdramatização utilizada somente para angariar espectadores, bons resultados e mais patrocinadores fere um dos principais valores do jornalismo: a informação. O jornalismo de qualidade deve saber fazer uso dessas ferramentas narrativas para agregar conteúdo à reportagem.

O apreço pela emoção e pela estética da imagem são características valiosas à televisão e, conseqüentemente, ao telejornalismo. Contudo, Wolton

8 A cabeça é entendida como o lide de uma reportagem. Ela é lida pelo apresentador do telejornal e introduz o tema da matéria feita pelo repórter.

9 Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>.

(1996) observa que não é somente isso o que explica o sucesso da televisão e a solidez do contrato de comunicação travado entre o meio e o público. Ele cita outros fatores: a organização das imagens em uma grade de programas; a igualdade perante aquilo que é visto, ou seja, o público sabe que todos independente da classe social estão assistindo ao mesmo produto; a confiança de que os profissionais envolvidos trabalham para transmitir os principais e os mais relevantes fatos do dia; e o contexto de emissão e de recepção do público. Atenho-me a esse último porque Wolton (1996) desconstrói a máxima de que o telejornalismo é manipulafor, já que para ele o público tem um papel ativo no processo comunicacional, nunca é distante ou passivo. Para o autor “[...] sua [do público] própria percepção política da realidade funciona como um filtro. São as suas opiniões ideológicas que lhes permitem escolher, aceitando mais aquilo que os conforte em suas opiniões e, muitas vezes, rejeitando o que os perturba” (1996, p.76).

Apesar dos ganhos em relação aos outros meios de comunicação, a televisão apresenta limitações técnicas. Se a imagem não chegar a tempo do fechamento do jornal, a informação perde grande parte de sua força. O mesmo acontece se a qualidade estiver ruim – dependendo da situação – ela não poderá ser utilizada. Além disso, o produto jornalístico deve ser dinâmico, mas, ao mesmo tempo, precisa contemplar as posições antagônicas sobre o assunto; a entonação dada pelo repórter não deve ser monótona; e a edição precisa ser ágil. Ademais as questões acima citadas, é preciso ter em mente que o produto jornalístico é resultado de uma série de interações. Essas trocas e negociações ocorrem entre a equipe designada para fazer a reportagem, entre o jornalista e a fonte, entre o repórter e os editores, entre a ideia do que é o telejornal, a empresa que os empregam, o que se espera do jornalismo e, na ponta final, o público. A notícia “passou por uma série de filtros [...] que fizeram a montagem do mundo que conhecemos, que editaram a realidade, enfim. Editar é construir uma realidade a partir de supressões ou acréscimos em um acontecimento, ou, [...] pelo destaque de uma parte do fato em detrimento de outra.” (BACCEGA, 2000, p. 97).

Desses diversos olhares, modos de pensar e encarar o mundo nascem as reportagens. As crônicas do JH passam por muitas mãos e mentes antes de irem ao ar, mas, apesar disso, elas não parecem fugir do uso de esteriótipos e arquétipos já conhecidos pela população ao mostrarem o outro e sua cultura. O olhar, até mesmo, deslumbrado se faz presente em algumas das matérias que serão analisadas nesse

trabalho. Mais adiante, será estudado como os jornalistas constroem a imagem do outro, por meio da narrativa, e como eles caracterizam essas culturas e modos de vida.

2.3 Crônica: entre o jornalismo e a literatura

Para Fonseca (2003), os gêneros jornalísticos são modos de contar os acontecimentos que fazem parte da realidade social. A crônica, de uma maneira peculiar, ajuda a compor e retratar o mundo por meio da narrativa. Diz-se peculiar, porque o seu modo de escrita é um misto de subjetividade explícita – com o uso do verbo em primeira pessoa, em muitos casos – mas que tem como mote para a redação temas do cotidiano, notícias de interesse público ou veiculadas nos próprios veículos de comunicação. Ora faz uso de linguagem coloquial, próxima a do público, ora de vocabulário mais lírico. Por oscilar entre o jornalismo e a literatura, esse gênero é difícil de ser classificado.

Isso acontece porque, no jornalismo, a identificação dos gêneros é calcada pela cisão entre o que é “notícia e comentário, entre informação e opinião, uma questão cada vez mais complexa e polêmica nos estudos do jornalismo, especialmente quando colocada no quadro da discussão conceitual da objetividade jornalística” (FONSECA, 2003, p. 38). A separação entre o que é informação e opinião é central na catalogação dos gêneros jornalísticos. Para Marques de Melo (1985), essa diferenciação vem da necessidade sociopolítica de separar os textos que relatavam fatos, dos com opiniões explícitas. Por isso, para o autor, há duas principais vertentes: o jornalismo informativo – ligado à notícia, à reportagem e à entrevista –, e o opinativo, no qual encontra-se o editorial, o comentário, o artigo, a resenha, a coluna, a caricatura e a crônica. Canini (2014) afirma que a crônica é um gênero aberto, que se encaixa em qualquer suporte por usar os recursos da literatura para retratar a realidade social. O autor traz, também, uma definição desse tipo de narrativa.

A crônica é uma mistura de jornalismo e literatura. De um quando busca no cotidiano os fatos da vida real que são noticiosos, recebendo a observação atenta da realidade cotidiana, e do outro quando se permite utilizar os elementos literários – criação de personagens, linguagem solta e coloquial etc., para construí-la, ou seja, a construção da linguagem, o jogo verbal. (CANINI, 2014, p. 49)

Beltrão (1980) faz três classificações quanto à natureza do tema das crônicas: *geral* (na qual são abordados os mais diversos assuntos), *local* (na qual a vida cotidiana da cidade é explorada) e a *especializada* (na qual são abordados temas das áreas de política, economia, esporte etc). Os suportes são diferentes, mas pode-se transpor essa classificação para a televisão. As Crônicas do Jornal Hoje (CJH) são um misto das gerais e locais, porque elas apresentam os costumes e modos de vida de outras localidades, mas também versam sobre prédios históricos, pontos turísticos etc.

No Brasil, esse gênero narrativo apresenta características essenciais: ele é breve, ligado à atualidade e encarado como um “descanso” dado ao público. Entretanto, o conceito de crônica difundido entre os brasileiros não se equivale ao visto em outros lugares do mundo. “O termo crônica, no jornalismo mundial, está bem mais vinculado àquele outro significado a que se refere Paulo Rónai: o relato cronológico, o de narração histórica” (MARQUES DE MELO, 1985, p.146). Ainda segundo Marques de Melo, no Brasil, esse tipo de narrativa é entendido como um relato poético do real, mas que sempre esteve ligado a um determinado período do tempo, ou seja, a atualidade.

A crônica é vista como um espaço de liberdade concedido ao jornalista, profissional que tem como premissa o texto objetivo, que responda as perguntas do *lead* – o que, como, quando, onde, por que. “Ela permite ao jornalista afastar-se do controle frio, analítico e objetivo do noticiário e trabalhar com o coração. Dá-lhe oportunidade de ser subjetivo, emotivo, terno e, sobretudo, criador (LOWENSTEIN apud BELTRÃO, 1980, p. 66)¹⁰. O modo como a crônica é entendida nos periódicos impressos, como uma “pausa” dada ao intenso fluxo de notícias ao qual o leitor está sujeito e imerso, não difere na televisão. As CJH parecem estar no espelho do programa de sábado, justamente, para exercer essa função: após uma semana de correria em que o público foi bombardeado por notícias relacionadas às editorias de polícia, política, economia é preciso que haja, também, um momento para desopilar diante da tv. Ademais, o quadro ajuda a preencher espaço em um dia de pautas factuais, costumeiramente, de pouca relevância.

É a pausa, o descanso, o refrigério, no desmedido afã de racionalizar todos os atos de nossa vida (e a do próximo) sob o critério exclusivo de eficiência,

10 LOWSTEIN, Ralph L. **Crônica do dia das Mães**. In: *Jornalistas em ação*. Rio, Agir, 1965.

produtividade, rentabilidade e tal e coisa. Tão compensatória é essa pausa que o inútil acaba por se tornar da maior utilidade, exagero que não hesito em combater, como nocivo ao equilíbrio moral. Nós devemos cultivar o ócio ou a frivolidade como valores utilitários de contrapeso, mas pelo simples e puro deleite de fruí-los também como expressões de vida. (MELO, 1985, p. 155)

Por meio de uma abordagem leve, com reportagens sonorizadas que dão muito destaque a belas imagens são construídas essas matérias. O sobe som é outra ferramenta muito utilizada durante a edição desses produtos para dar o tempo que o telespectador precisa para apreender o que é mostrado.

Em geral, as reportagens do CJH apresentam caráter leve, e como diz Motta (1997), fazem-se necessárias em um telejornal porque, assim como as mais ligadas ao *hard news*, elas entretêm, mas apresentam certo grau de liberdade ao jornalista no momento da construção da narrativa. O autor também afirma que esse tipo de notícia no qual as reportagens do CJH se encaixam pertencem ao subgênero *soft news*. Nesse tipo de estilo, prevalece o enunciador e a narrativa, por sua vez, ganha liberdade. Diferentemente do *hard news* que, conforme Motta (1997), é quando “[...] o real se impõe, a notícia tende mais para o registro e a objetividade.” (1997, p. 318). Bird e Dardenne (1999) observam que é de conhecimento geral que a notícia *hard* é mais informativa e ligada ao factual, enquanto a *soft* é divertida. Os autores afirmam que essa subdivisão de gênero noticioso, geralmente, diz respeito ao conteúdo e que mantém “a ilusão de que todos os dispositivos estruturais utilizados em notícias *hard* são meramente técnicas neutras que atuam como canais de transformação de acontecimentos em informação” (1999, p.265). Como Tuchman (1972) já havia apontado, o uso dessas técnicas tem como objetivo impedir que a subjetividade prevaleça no texto jornalístico.

Bird e Dardenne (1999) também destacam a diferença entre registros – relato de algo digno de ser noticiado – e histórias – que ultrapassam a função de simplesmente informar e explicar. E é quando esse tipo de narrativa é usado, quando os fatos são contados como “histórias”, que o público apreende com mais propriedade o que é veiculado. “Turner realça que a diferença entre o registro e a ‘história’ reside não na qualidade dos acontecimentos mas no modo como são narrados” (1999, p.270)¹¹. Ou seja, ambos os estilos informam e entretêm, mas o

11 TURNER, V. (1982). “Social Dramas and Stories About Them”. No livro *Frim Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play*. New York: Perfoming Arts Journal Publications.

modo de escrita adotado na redação das estórias é mais envolvente, cria empatia e atrai o público. Esse tipo de narrativa, característico das *soft news*, é percebido nas crônicas da televisão, logo, nas CJH porque não usam a estrutura tradicional do *lead* e da pirâmide invertida para dialogar com o telespectador. Pelo contrário, optam pela emoção, pelo uso de *sobe som* e recursos visuais para reforçar o vínculo com o telespectador.

2.4 Crônicas do Jornal Hoje

O objeto a ser estudado nesse trabalho são as Crônicas do Jornal Hoje veiculadas, semanalmente, aos sábados, e que têm como objetivo apresentar curiosidades sobre as capitais nas quais os correspondentes internacionais estão alocados. Ou mesmo outros municípios dos países em que esses profissionais moram. O quadro segue a linha das *soft* e exhibe - por meio de reportagens mais longas, com pautas atemporais, textos mais fluidos e adjetivados - pontos turísticos, costumes, tendências locais, estilo de vida, entre outros. O CHJ conta com o trabalho dos correspondentes da Argentina, Estados Unidos, Portugal, França, Itália, Inglaterra, Japão e Oriente Médio. Vale ressaltar que os jornalistas baseados na Europa, algumas vezes, saem do país onde residem e viajam para o Leste Europeu para cumprirem as demandas do quadro.

Em função do aperfeiçoamento técnico e da maneira como os profissionais passaram a encarar o fazer profissional, o jornalismo desenvolvido e construído pelo CHJ muito difere daquele visto na década de 1950. Em seu princípio, o telejornalismo era calcado no estilo empregado no rádio, visto que grande parte dos profissionais deste suporte de comunicação migrou para a televisão. Na década de 1960, a partir das mudanças de ordem tecnológica ocorridas no telejornalismo, com a introdução do videotape, por exemplo, foi preciso reconfigurar o modo de se fazer e pensar o jornalismo.

Um dos resultados desse processo de reinvenção é a informalidade assistida no Jornal Hoje (JH). Ao longo do tempo, ela foi construída para conquistar, cativar e criar laços de familiaridade com o público. A coloquialidade pode ser observada nas pautas executadas e no modo de trabalho dos atuais

apresentadores: Sandra Annenberg e Evaristo Costa, que ocupam a bancada desde 2004. O JH estreou em 21 de abril de 1971 com o propósito de ser uma “revista diária, com matérias sobre arte, espetáculos e entrevistas” (HISTÓRIA..., 2015, web)¹².

Pouco tempo depois, em 1974, estrearam no programa as crônicas de Rubem Braga¹³, que pode ser visto como o precursor do atual CHJ, porque “contava com delicadeza [...] as peculiaridades do cotidiano brasileiro” (HISTÓRIA..., 2015, web)¹⁴. O trabalho de Braga levava ao telejornal o texto mais literário, fluido que fazia uso de metáforas e outras figuras de linguagem para mostrar aos telespectadores comportamentos e modos de viver da época. Outras características do quadro eram: a sonorização, que auxiliava a formar o “ambiente” propício para melhor compreensão do assunto, e o emprego de gírias cotidianas do povo brasileiro no texto. Na década de 1980, o JH tentou investir mais nas narrativas *hard news*, mas, nos anos 2000, “adotou novamente uma linguagem coloquial para recuperar a vocação de telejornal-revista [...] com destaque para entrevistas, temas de comportamento humano, social e ético e reportagens sobre arte e cultura” (HISTÓRIA..., 2015, web)¹⁵. Nesse contexto de resgate da antiga identidade, é criado o quadro Crônicas em 2010. A jornalista e idealizadora do programa, Giuliana Morrone, conta o que a motivou criar o CJH e o motivo pelo qual optou pelo gênero crônica.

Eu vivia olhando para cima, fascinada pelos prédios antigos de Tribeca, bairro onde eu morava. Um dia, quase fui atropelada, enquanto namorava uma antiga fábrica de tecidos que tinha virado um prédio de apartamentos de luxo. Pensei: “Eu preciso mostrar o que vejo, a minha perspectiva, preciso dividir com o público minha paixão por NY”. Desde o início, minha proposta foi retratar o cotidiano dos moradores de Nova York. Meu objetivo foi “conversar” com o público. Falar naturalmente sobre o que via e sentia em Nova York. (MORRONE, 2015)

12 Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/04/historia-do-jornal-hoje.html>>.

13 Nascido em 12 de janeiro de 1913, na cidade de Cachoeiro do Itapemirim – no Espírito Santo - Rubem Braga, foi escritor, jornalista, mas ganhou na mídia impressa como cronista. Braga escreveu dois livros de crônicas e teve passagem por diversos jornais nacionais. O jornalista faleceu em 19 de dezembro de 1990, mas deixou escritas mais de 15 mil crônicas. Disponível em <http://almanaque.folha.uol.com.br/rubem_braga.htm>

14 Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/04/historia-do-jornal-hoje.html>

15 Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/04/historia-do-jornal-hoje.html>>.

3 Identidade Cultural

A grande função da televisão (Wolton, 1996) é unir os diversos extratos da população que se encontram dispersos para que os cidadãos, mesmo individualmente, participem de uma atividade coletiva: “A força da televisão está no religamento dos níveis da experiência individual e da coletiva. Ela é a única atividade a fazer a ligação igualitária entre ricos e pobres, jovens e velhos, rurais e urbanos, entre os cultos e os menos cultos” (WOLTON, 1996, p.16). Esta é a importância e o trunfo da televisão generalista em relação à temática, visto que a primeira consegue unir as pessoas de diferentes níveis culturais em torno de uma mesma programação e busca “estabelecer um vínculo constante com a questão central da identidade nacional [...]” (2003, p.69). O autor observa que as mídias tradicionais (jornal impresso, rádio e televisão generalistas), têm como foco a oferta de programas que contemplem esse público heterogêneo; já as novas mídias trabalham para suprir demandas de interesse. Para Wolton (2003), ao privilegiar as relações individuais, “[...] corre-se o risco de prejuízos sociais, uma vez que ela [a demanda] deixa de lado a questão essencial do vínculo social e da existência de uma comunidade nacional [...]” (2003, p.71). Desse modo, a coesão, o laço social e a identidade de uma nação são colocados em segundo plano.

Vale lembrar que a questão identitária dos países foi colocada em debate antes do advento da televisão. Quando tecnologias como o barco a vapor e as estradas de ferro foram aprimoradas, mudaram a relação que as pessoas tinham com o mundo que as cercava. Tais transformações somadas à invenção do telégrafo trouxeram inúmeras melhorias à vida dos cidadãos, mas também foram muito úteis ao jornalismo, porque agilizaram o transporte de jornais, ou seja, diminuíram o intervalo de atualização entre as notícias. Além disso, mais periódicos entraram em circulação, porque o sistema de impressão também havia sido melhorado e o público passou a entrar em contato com um número maior de versões e opiniões sobre os fatos e representações sociais (FRANCISCATO, 2005). Ortiz (1996) observa que, com o aperfeiçoamento das redes comunicativas, localidades que não se “falavam” conseguiram interligar-se. Os avanços tecnológicos também acarretaram transformações em outros níveis.

A divisão de trabalho e a pluralidade funcional dos papéis requer de seus membros uma maior mobilidade, uma capacidade de se adaptar às diferentes ocupações que possam exercer. As rígidas fronteiras estamentais cedem lugar a uma sociedade que estruturalmente deve contemplar a mobilidade das relações sociais (ORTIZ, 1996, p.43)

No âmbito das comunicações, a “reordenação do espaço e do tempo provocada pelo desenvolvimento da mídia faz parte de um conjunto mais amplo de processos que transformaram (e ainda estão transformando) o mundo moderno. Essas mudanças são comumente descritas hoje como ‘globalização’” (THOMPSON, 2013, p.197). Para Hall (2011), isso remete “[...] àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado (McGREW apud HALL, 2011, p. 67)¹⁶. Thompson (2013) também acredita que a globalização implica na interconexão sistemática entre pessoas de diferentes partes do mundo e, quando o contato com outras culturas, bens e serviços se tornou mais sólido e frequente, teóricos como Herbert Schiller¹⁷ argumentavam que esse novo contexto social acarretou em um sério problema: a destruição de culturas e identidades tradicionais. Elas foram invadidas pelos novos valores vindos e propagados, principalmente, pela indústria estadunidense de entretenimento. Isso porque tal setor havia se consolidado antes nos Estados Unidos devido a sua força econômica e ao conhecimento que o país tinha na área de comunicações.

O aumento no intercâmbio de informações comerciais e culturais acentuou a dinamicidade da vida cotidiana: “Isso faz com que elementos de uma determinada matriz viajem ‘para fora’, e outros, externos, sejam assimilados por ela [a vida]” (ORTIZ, 1996, p.74). Abordar a identidade nacional como algo unificado e imóvel, seria um erro dentro desse contexto no qual as sociedades estão em constante interconexão com diversas fontes e matrizes culturais. Hall (2011) observa que à medida que essa exposição ao outro aumenta, fica cada vez mais difícil conservar a identidade nacional imaculada e protegida de interações; agora, segundo o autor, as identidades “flutuam”. Se antes “[...] países do Terceiro Mundo tinham autênticas tradições e heranças culturais autóctones que permaneciam intocadas por valores

16 McGrew, A. “**A global society?**”. In: Stuart Hall; David Held e Tony McGrew (orgs.). *Modernity and its futures*. Cambridge: Polity Press/Open University Press, 1992: 61-116.

17 Schiller, H. **Mass Communications and American Empire** (new York: Augustos M. Kelley, 1969).

impostos de fora” (SHILLER apud Thompson, 2013, p. 220)¹⁸, agora foram destruídas pela expansão da comunicação eletrônica. Thompson (2013) contesta o argumento de que uma identidade ou cultura “pura” não tenha passado por um processo de adaptação ou transformação ao longo dos anos; e que mesmo as tradições de nações do Terceiro Mundo - que Shiller (1969) considerava genuínas - “[...] foram modeladas por um processo de conflito cultural longo e muitas vezes brutal, durante o qual muitas práticas tradicionais foram destruídas e alguns dos valores e crenças das potências colonizadoras foram impostos às populações locais” (THOMPSON, 2013, p.221). No âmbito das sociedades da era da informação, Hall (2011) não acredita na destruição total das identidades nacionais: “É mais provável que ela [globalização] vá produzir, simultaneamente, novas identificações ‘globais’ e novas identificações ‘locais’” (2011, p.78).

Em função da multiplicação dos sistemas de representação cultural, seria ingenuidade dizer que hoje um país ou nação tenha uma identidade unificada e completa (HALL, 2011). A noção de lugar no mundo, que antes era sólida, transformou-se. O autor usa o conceito de deslocamento de Lacan¹⁹ para explicar que as sociedades modernas não apresentam um cerne, que o núcleo dessas estruturas está em constante movimento e é substituído por um conjunto diversificado de centros de poder. As transformações e mudanças de poder desarticulam as *posições de sujeito*²⁰ do passado - o mesmo conceito definido como identidade para Lacan -, contudo deixam em aberto oportunidades para que novas identidades se aglutinem e surjam.

[...] a globalização tem, sim, efeito de contestar e deslocar as identidades centradas e ‘fechadas’ de uma cultura nacional. Ela tem um efeito pluralizante sobre as identidades, produzindo uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação, e tornando as identidades mais posicionais, mais políticas, mais plurais e diversas; menos fixas, unificadas ou trans-históricas. (2011, p.87)

3.1 Culturas híbridas

18 Schiller, H. **Mass Communications and American Empire** (New York: Augustus M. Kelley, 1969).

19 Bibliografia não informada pelo autor.

20 O conceito de posição de sujeito será abordado com mais profundidade através da Análise do Discurso no próximo capítulo.

Uma alternativa ao binômio fim/reforço das culturas nacionais (HALL, 2011) é o conceito de “culturas híbridas” (HALL, 2011), um tipo de identidade resultante da modernidade tardia. Esse novo tipo de cultura é fruto das relações transnacionais que se estabeleceram, mas, também, das migrações causadas pela fome, pobreza, crise econômica, perseguições étnicas, religiosas ou políticas. As pessoas, que são resultados da cultura híbrida, estão fortemente arraigadas às tradições do seu local de origem, entretanto elas vivem em novas localidades e se encontram na situação de aprender a lidar com novas culturas sem necessariamente as assimilar ou perder a identidade que as definem.

Elas carregam os traços das culturas, das tradições, das linguagens e das histórias particulares pelas quais foram marcadas. A diferença é que elas não são e nunca serão unificadas no velho sentido, porque elas são, irrevogavelmente, o produto de várias “casas” [...]. As pessoas pertencentes a essas culturas híbridas têm sido obrigadas a renunciar ao sonho ou à ambição de redescobrir qualquer tipo de pureza cultural “perdida” ou de absolutismo étnico. (HALL, 2011, p.89)

Quando aborda a relação entre migrações e cultura, Woodward (2013) faz coro ao conceito produzido por Hall (2011) e afirma que, como resultado do processo migratório, são produzidas identidades plurais que não apresentam uma pátria, mas que bebem de diversas fontes culturais moldadas por essas pessoas e lugares.

É importante observar que os indivíduos apresentam muitas identidades que mudam dependendo do contexto social no qual elas são vividas (WOODWARD, 2013). Portanto, uma pessoa carrega dentro de si diversos papéis: mulher, brasileira, negra, estudante. Hall (2011) lembra também que os personagens são construídos ao longo da existência, por isso, essas identidades estão sempre incompletas, sempre sendo formadas, “[...]‘preenchida’ a partir de nosso exterior, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por outros” (2011, p.39). Além de ter a identidade construída pela forma como se posiciona politicamente e como os outros a enxergam, os sistemas de representação exercem grande função nesse processo, porque eles dão sentido a nossa experiência e ao que somos (WOODWARD, 2013). As representações, assim como as notícias, não são dadas naturalmente, as identidades e as diferenças são construídas pelos indivíduos dentro de um contexto social e cultural (SILVA, 2013). “A definição da identidade brasileira, por exemplo, é o

resultado da criação de variados e complexos atos linguísticos que a definem como sendo diferente de outras identidades nacionais.” (SILVA, 2013, p.77).

A fala e a escrita delimitam o que é identidade e diferença; esses dispositivos podem determinar qual identidade é entendida como padrão e qual é vista como exótica. No quadro Crônicas do Jornal Hoje, isso é observado quando são veiculadas, por exemplo, reportagens sobre o Japão, tão distante geograficamente quando culturalmente do Brasil. O modo de vida e os costumes desse povo são retratados como exóticos - e, às vezes, bizarro -, mas isso será visto com mais precisão no capítulo de análise das matérias. O importante é entender agora que normalizar determinada identidade significa “[...] eleger - arbitrariamente - uma identidade específica como o parâmetro em relação ao qual as outras identidades são avaliadas e hierarquizadas.” (SILVA, 2013, p.83). Woodward (2013) cita o exemplo da representação que a cultura ocidental tem dos países do oriente que são retratados como lugares exóticos, misteriosos e perigosos. Os correspondentes internacionais nas Crônicas do Jornal Hoje têm esse olhar estranho em relação ao outro e ao seu modo vida, deixando claro que aqueles não são os costumes com as quais os jornalistas estão familiarizados.

3.2 Interações face a face

Para que as reportagens saiam das tipificações rotineiras, é crucial que o jornalista veja, ouça e entenda o sujeito, que vá para além do trivial que busque entender esse outro modo de vida sem ter em mente a ideia de identidade padrão, aquela que é parâmetro para definir o que é “norma” e o que é “o outro” (WOODWARD, 2013, p 51). Berger e Luckmann (2008) afirmam que as experiências mais relevantes acontecem no encontro presencial, face a face, pois é nesse contato direto que o outro poderá ser apreendido e o “eu” é apreendido pelo outro.

Meu ‘aqui e agora’ e o dele colidem continuamente um com o outro enquanto dura a situação face a face. Como resultado, há um intercâmbio contínuo entre minha expressividade e a dele. [...] na situação face a face a subjetividade do outro me é acessível mediante o máximo de sintomas. Certamente posso interpretar erroneamente alguns desses sintomas. Posso pensar que o outro está sorrindo quando de fato está sorrindo afetadamente. [...] Somente aqui a subjetividade do outro é

expressivamente 'próxima'. Todas as outras formas de relacionamento com o outro são, em graus variáveis, 'remotas'. (2003, p. 47)

Ainda sobre o contato direto com o outro, os autores ressaltam que por mais que se criem padrões de comportamento em relação ao sujeito ou à cultura, essas tipificações são a todo momento, no desenrolar da interação, modificadas e adaptadas, porque não resistem à quebra de paradigma estipulada pela interação face a face. Os esquemas tipificadores oriundos das interações são uma via de mão dupla, ou seja, o “eu” também é interpretado, em um primeiro momento, por meio de estereótipos. Contudo, as tipificações que x tem de y são tão mutáveis como as que y tem de x e “[...] os dois esquemas tipificadores entram em contínua ‘negociação’ na situação face a face” (BERGER; LUCKMANN, 2008, p.50). Os indivíduos e, conseqüentemente, os jornalistas trabalham firmados em tipificações sobre o outro e sua cultura, em cima de uma identidade que passou por um processo anterior de cristalização – que foi resumida a um número limitado de associações – e repassada aos outros membros da sociedade na qual eles estão inseridos e que, portanto, compartilharão esse conhecimento comum sobre o outro.–Também é importante ressaltar o intercâmbio que é estabelecido quando o “eu” e o “outro” entram dialogam entre si:

A realidade da vida cotidiana contém esquemas tipificadores em termos dos quais os outros são apreendidos, sendo estabelecidos os modos como 'lidamos' com eles nos encontros face a face. Assim, apreendo o outro como 'homem', 'europeu', 'comprador', 'tipo jovial', etc. Todas essas tipificações afetam continuamente minha interação com o outro. [...] Nossa interação face a face será modelada por estas tipificações, pelo menos enquanto não se tornarem problemáticas por alguma interferência da parte dele. [...] Os esquemas tipificadores que entram nas situações face a face são naturalmente recíprocos. O outro também me apreende de uma maneira tipificada, como 'homem', 'americano', 'vendedor', um 'camarada insinuante', etc. As tipificações do outro são tão suscetíveis de sofrerem interferências de minha parte como as minhas são da parte dele. (2008, p.48-49).

Quando se fala em caracterização do outro, é preciso ter em mente que determinadas frases ou conceitos proferidos em relação a uma cidade, por exemplo, podem perder o caráter descritivo e se tornarem performativas: “[...] na medida em que sua repetida enunciação pode acabar produzindo um ‘fato’ que supostamente apenas deveria descrevê-lo. [...] aquilo que dizemos faz parte de uma rede mais ampla de atos linguísticos que, em seu conjunto, contribui para definir ou reforçar a identidade [...]” (SILVA, 2013, p.93). Entretanto o fenômeno cíclico da repetição pode ser quebrado.

A repetição pode ser questionada e contestada. É nessa interrupção que residem as possibilidades de instauração de identidades que não representem simplesmente a reprodução das relações de poder existentes. É essa possibilidade de interromper o processo de “recorte e colagem”, de efetuar uma parada no processo de ‘citabilidade’ que caracteriza os atos performativos que reforçam as diferenças instauradas, que torna possível pensar na produção de novas e renovadas identidades (BUTLER apud SILVA, 2013, p. 95)²¹

Berger e Luckmann (2008) observam que o senso comum apresenta interpretações sobre a realidade que são admitidas como certas pela sociedade e que a consciência, por sua vez, é sempre intencional, o indivíduo sempre toma partido de um lado. A quebra do estereótipo se torna possível e mais palpável quando os indivíduos estão em contato direto. Contudo o jornalista precisa estar disposto a aceitar as diferenças culturais, as outras maneiras de viver o mundo. É preciso que ele pratique o exercício da alteridade, de reconhecimento dessa outra realidade que se impõe:

[...] reconhecer o outro enquanto sujeito que de uma posição no mundo diferente da sua (comunicador), reconhecer a não-existência de espaços ou tempos culturais privilegiados (AMBRÓSIO: 1997), tratar a realidade como multireferencial e multidimensional e ainda: não buscar o outro através de si mesmo, de inquietações e dúvidas particulares, de seus anseios e expectativas. (AMBRÓSIO apud DIONÍZIO, 2010, p.7)

Por isso, é preciso que o jornalista deixe o cidadão a par da pluralidade, dos resultados dessas interações face a face com o outro e das diversas realidades que cercam o público.

Wolton (1996) afirma que há instaurado, entre os telespectadores e os jornalistas que produzem o conteúdo veiculado na televisão, uma espécie de contrato, uma crença de que esses profissionais colocarão no ar programas que permitirão uma percepção mais abrangente do mundo e que levará em conta as diferentes nuances do jogo social. “Para o expectador, ela [a confiança] consiste em creditar aos programadores a capacidade de colocar na antena programas que lhe permitirão ter uma percepção, a menos incompleta possível, dos diferentes aspectos da realidade” (WOLTON, 1996, p.135). Isso é que se espera das Crônicas do Jornal Hoje: que tensionem as tipificações, que mostrem algo para além do senso comum,

21 BUTLER, Judith. *Corpos que pensam: sobre os limites discursivos do “sexo”*. In: LOPES LOURO (org.). *O corpo educado: Pedagogias da sexualidade*. Belo Horizonte: Autêntica, p. 151-172.

que os relatos jornalísticos não reforcem estereótipos e preconceitos sobre o outro, a cultura e modo como vivem. O fato de que uma determinada população tem costumes diferentes não deve ser relatado com espanto ou deslumbramento, afinal, isso faz parte da realidade daquele local. Em suma, é preciso que o jornalismo seja mais plural, que ultrapasse o estereótipo, que procure entender e mostrar as mais variadas nuances que estão envolvidas na identidade e cultura das populações estrangeiras.

4 Metodologia

As impressões oriundas da interação do “aqui e agora” (BERGER; LUCKMANN, 2008, p.46) são repassadas aos demais indivíduos pertencentes à determinada coletividade por meio da linguagem; através desse sistema, a realidade ganha novos sentidos e é, então, transformada ou cristalizada pela sociedade. Antigamente, o compartilhamento de significados estava fortemente calcado na oralidade - para algumas comunidades, essa ainda é a principal ferramenta de transmissão de modos de enxergar a realidade social. “A linguagem objetiva as experiências partilhadas e torna-as acessíveis a todos dentro de uma comunidade linguística, passando a ser assim a base e o instrumento do acervo coletivo do conhecimento.” (BERGER; LUCKMANN, 2008, p. 93). Por meio da língua, por exemplo, cristalizou-se a convenção de que o homem era o provedor da família, enquanto as atividades relacionadas ao ambiente domiciliar cabiam às mulheres.

Hall (2011) observa que os jornalistas oferecem ao público formas de apreensão da realidade. As representações com as quais lidamos diariamente são fruto de uma construção subjetiva, e não um espelho ou reflexo da realidade. A linguagem está impregnada com a cultura da comunidade na qual o jornalista está inserido e, também, com os próprios valores desse profissional (Benetti, 2007). Tuchman (1972) havia notado que o jornalismo desenvolveu métodos de controle da subjetividade excessiva, dispositivos que tornam o relato jornalístico mais objetivo, mas não imparcial, visto que essa meta é inatingível.

O jornalista acredita ser detentor de um discurso isento e objetivo, quando na verdade carrega uma grande parcela de subjetividade em suas ações. Escolhe, processa e redige fatos recorrentes sempre com a perspectiva de que eles tenham algo de inusitado, de ‘aparecimento’ em sua estrutura. Na verdade, ‘apagam’ da possibilidade consciente de escolha a forte ação subjetiva que o universo simbólico-cultural tem sobre suas opções (HAGEN, 2004, p. 42).

Benetti (2007) ressalta, também, que por ter o inesperado como um de seus valores-notícia, o jornalismo acaba por determinar o que seria normal e aceito pela sociedade e ele “[...] constrói sentidos sobre a realidade, em um processo de contínua e mútua interferência” (2007, p.110).

O jornalismo produz sentidos, mas não no sentido unilateral. Fruto da interação entre os jornalistas, as fontes, o público e a empresa de comunicação, o discurso é em sua essência dialógico, ou seja, diversas vozes passam por sua construção (Benetti, 2007). Orlandi (2003) busca em Pêcheux (1975) ideia que vai ao encontro do que foi exposto. O pressuposto mostra que “não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia²² e é assim que a língua faz sentido” (PÊCHEUX apud ORLANDI, 2003, p.17)²³. A fala do jornalista é afetada por aquilo que ele já ouviu ou mesmo pelo o que não vivenciou, mas que está arraigado na cultura na qual ele está inserido. Ou seja, a produção de sentidos realizada por gerações anteriores têm implicações diretas no discurso de “agora”, reverbera no futuro e passa a integrar a memória coletiva da população. É importante ressaltar que o discurso é analisado por aquilo que ele transparece, quer dizer, pelas palavras e expressões utilizadas para formá-lo, mas, também, pelo o que não é dito, pelo o que foi deixado de lado no momento dessa construção (Orlandi, 2003). Ao optar pelo uso de uma palavra em detrimento de outra, o jornalista se posiciona diante do seu público.

Isto significa em nosso dizer e nem sempre temos consciência disso. Este ‘esquecimento’ produz em nós uma impressão da realidade do pensamento, a linguagem e o mundo, de tal modo que pensamos que o que dizemos só pode ser dito com aquelas palavras e não com outras, que só pode ser assim. (ORLANDI, 2003, p.35)

E é ao estudo dos sentidos produzidos que a Análise de Discurso se dedica. O método procura mostrar “o que é dito em um discurso e o que é dito em outro, o que é dito de um modo e o que é dito de outro, procurando escutar o não-dito naquilo que é dito [...] pois mesmo o que ele não diz (e que muitas vezes ele desconhece) significa em suas palavras.” (ORLANDI, 2003, p.34).

Nessa pesquisa, será preciso recorrer a três conceitos relacionados à Análise de Discurso para melhor compreender os sentidos produzidos e veiculados pelas Crônicas do Jornal Hoje. O primeiro deles diz respeito ao *interdiscurso* que deve ser entendido, segundo Orlandi (2003), como as memórias passadas

22 Para Orlandi (1994), ideologia é processo responsável por fazer as pessoas optarem por uma forma de fala ou escrita em detrimento de outra é ela quem direciona a interpretação do indivíduo. Para a autora a ideologia, também, é condição imprescindível para que a relação entre linguagem e mundo se torne possível.

23 PÊCHEUX, M. (1975). *Les Vérités de la Palice*, Maperro, Paris

invocadas - mesmo inconscientemente - mas que determinam as formulações e as falas produzidas no presente. Tendo em vista que o discurso é sustentado pela tríade sujeito, ideologia e memória (Orlandi, 2003), pode-se entender que o interdiscurso é:

[...] aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente, ou seja, é o que chamamos de memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada de palavra. O interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada. (ORLANDI, 2003, p.31)

Para compreender a ligação entre sujeito, sentido e ideologia - que é algo intrínseco ao ser humano - é necessário entender a ideia de *formações discursivas (FDs)*, que concerne ao que é permitido e deve ser dito dentro de um determinado contexto e realidade. Esse conceito afirma que “tudo o que dizemos tem, pois, um traço ideológico em relação a outros traços ideológicos. E isto não está na essência das palavras, mas na discursividade, isto é, na maneira como, no discurso, a ideologia produz seus efeitos, materializando-se nele” (ORLANDI, 2003, p.43). A identificação dos sentidos que constituem as FDs consiste em encontrar significados secundários, mas não menos importantes que também ajudam a formar o sentido central e geral do texto. O mapeamento das FDs é fundamental para que o analista depreenda a ideologia própria do discurso, bem como seu modo de funcionamento.

Para dar mais concretude ao percurso metodológico dessa pesquisa, será usado, também, o conceito de *paráfrase*. Esta definição está ligada à linearidade, à cristalização de uma concepção, a sua imutabilidade e à reprodução de antigos sentidos. “Os processos parafrásicos são aqueles pelos quais em todo dizer há sempre algo que se mantém, isto é, o dizível, a memória. [...] Produzem-se diferentes formulações do mesmo dizer sedimentado” (ORLANDI, 2003, p.36). Na paráfrase, não há tensionamento do saber que é de conhecimento comum. Nesse caso, o jornalismo trabalha em cima de determinada tipificação e não procura ir além, não mostra as nuances e facetas que os fatos podem apresentar e, muitas vezes, usa sentidos sinônimos para reforçar a uma determinada formulação.

No que ainda concerne ao discurso, vale lembrar que ele ganha sentido quando se relaciona com aquilo que faz parte do acervo de significados da comunidade e com o que foi dito anteriormente pelos indivíduos. Além disso, é

preciso levar em consideração no processo de construção e significação do discurso junto ao público as “relações de força” (ORLANDI, 2003, p.41). Como visto nesse capítulo, a memória é fundamental na formação do discurso, porque por meio dela, do acesso ao acervo de significados passados, torna-se possível interpretar o que é dito agora. Entretanto, o imaginário²⁴ também tem papel importante nesse processo. A imagem que o público tem do jornalista, por exemplo, é construída ao longo do tempo e está inscrita na história das sociedades, reforçada diariamente por meio dos produtos jornalísticos e culturais. Os métodos que procuram afirmar a objetividade como princípio norteador dessa profissão, e a crença de que os jornalistas abordarão temas relevantes e de interesse público, auxiliam a sedimentar a ideia de que esses profissionais têm propriedade de fala sobre aquilo que eles veiculam.

O imaginário faz necessariamente parte do funcionamento da linguagem. Ele é eficaz. Ele não ‘brota’ do nada: assenta-se no modo como as relações sociais se inscrevem na história e são regidas em uma sociedade como a nossa por relações de poder. (ORLANDI, 2003, p. 41)

Obviamente, o jornalista apresenta diversas identidades: a do profissional, a do amigo, a do filho etc. e todas essas instâncias de “ser” constituem o indivíduo que fala diante do público. Entretanto o profissional não pode misturar tais identidades e papéis quando ele se dirige ao telespectador, o indivíduo (jornalista) precisa assimilar mentalmente que, quando diante de câmera e com um microfone em mãos, ele não pode agir ou falar como se estivesse entre amigos. No caso específico das Crônicas do Jornal Hoje, apesar de o quadro levar ao público reportagens de cunho turístico e comportamental, o jornalista não deve se posicionar como um “turista” perplexo diante daquela outra maneira viver, daquela outra realidade social. O papel dele é quebrar o estranhamento e mostrar que, apesar de não fazer parte da cultura brasileira, determinado comportamento faz parte de outra realidade social.

O discurso é composto por diversas vozes (Benetti, 2007), mas apesar disso, ele pode não ser polifônico - ou seja, contemplar a pluralidade. Isso pode ser observado no jornalismo em geral: muitas vezes, o discurso proferido pelas reportagens é resultado de diversas relações, mas, apesar das trocas que

24 Para Orlandi (1994), o imaginário diz respeito à história e à ideia que se tem sobre o outro. Sem o imaginário a palavra torna-se apenas uma imagem. É ele quem determina o modo como estabelecemos contato com os que estão ao redor.

aconteceram no fazer jornalístico – entre os colegas de profissão e as fontes - é possível observar a tendência de uma voz predominante, de um interlocutor que não consegue se desvencilhar da persona que olha, às vezes, com espanto para a identidade do outro. Como consequência desse estranhamento, velhos chavões e tipos sobre o outro com o qual o jornalista se depara são reproduzidos. Benetti (2007) afirma que para decifrar o caráter mono ou polifônico do discurso “[...] é preciso mapear as vozes que o formam e, nesse movimento, refletir sobre as posições de sujeito ocupadas por indivíduos distintos.” (2007, p. 116). O sujeito, como define Orlandi (1989), não é uma pessoa em si, mas uma posição discursiva interpelada em sujeito. E todo dizer é sempre construído pelo sujeito através da expectativa que tem do seu interlocutor. Ou seja, é preciso identificar se as reportagens apresentam uma posição de mundo em comum que permeie as matérias e que aponte para uma mesma maneira de se comportar diante do outro, apesar de os repórteres serem diferentes. “[...] nos textos polifônicos, os diálogos entre discursos mostram-se, deixam-se ver ou entrever, nos textos monofônicos, eles se ocultam sob a aparência de um discurso único, de uma única voz” (BARROS, 1997, p.35).

O mapeamento do sentido polifônico passa pelo uso dos métodos acima citados, mas, também, pela identificação do locutor - aquele entendido como o responsável pelo o que é escrito ou falado - e o enunciador - que se caracteriza como “a pessoa de cujo ponto de vista são apresentados os acontecimentos” (DUCROT apud BENETTI, 2007, p. 119)²⁵. A autora cita o exemplo de uma reportagem na qual um jornalista conversou com quatro fontes: nesse caso, é possível identificar, claramente, cinco locutores – os quatro entrevistados, mais o jornalista que assina o texto –, mas para comprovar o perfil polifônico do texto é crucial que se leve em consideração o modo como eles enunciam, quer dizer, o posicionamento deles sobre determinado assunto. Se todos ocupam a mesma posição de sujeito e produzem o mesmo significado sobre o tema, pode-se afirmar que o texto, apesar da pluralidade de vozes, é monofônico por apresentar apenas um enunciador. O público espera que o jornalismo veicule as diversas opiniões e lados que estão envolvidos em um tema em questão. “[...] apenas a pluralidade de perspectivas de enunciação pode configurar o jornalismo como um campo plural e

25 DUCROT, Oswald. O dizer e o dito. Campinas: Pontes, 1987.

representativo da diversidade social. Por trás de aparentes polifonias, muitas vezes escondem-se textos em essência monofônicos.” (BENETTI, 2007, p. 120)

Ao levar em consideração os métodos aqui explicitados e imbricados na Análise de Discurso, será possível melhor compreender se as Crônicas do Jornal Hoje apresentam um ou mais sentidos que perpassem as reportagens que serão estudadas e com que frequência essas tipificações aparecem para o telespectador. Além disso, cabe lembrar que essa foi a metodologia escolhida para a realização da análise, que será feita no capítulo seguinte, porque ela mostra-se completa visto que consegue englobar os aspectos ideológicos, culturais e sociais que constituem e formam o discurso jornalístico.

4.1 Corpus

A presente pesquisa tem como objetivo identificar, por meio das ferramentas oferecidas pela Análise de Discurso, os sentidos propagados pelas Crônicas do Jornal Hoje. Para isso, dentre as 91 reportagens disponibilizadas no site do quadro²⁶, de outubro de 2010 a janeiro de 2015, foram escolhidas seis, uma de cada ano para identificar o discurso e os sentidos que permeiam esses produtos através do tempo. Primeiramente, cabe deixar aqui registrado os números referentes ao Crônicas do Jornal Hoje.

Ao longo do período foram veiculadas 27 reportagens relacionadas aos Estados Unidos, sendo que dessa amostra 24 abordavam a cidade de Nova York. Quatorze eram sobre o Japão, sendo quatro reportagens sobre Tóquio. Quatorze sobre Portugal, sendo cinco sobre Lisboa. Onze matérias que abordavam somente a cidade de Londres. Dez relacionadas à Argentina, sendo seis sobre a capital Buenos Aires. Sete tiveram como temática a Itália, sendo seis relacionadas exclusivamente à Roma. Quatro sobre as seguintes localidades do Oriente Médio: Irã, Cisjordânia região da Terra Santa e Jerusalém. Duas reportagens sobre Paris.

No que concerne as seis matérias que serão analisadas nesse trabalho, elas estão dispersas no tempo, porque o intuito é identificar que sentidos são construídos ou reafirmados nos últimos seis anos. Além disso, a escolha do corpus procurou levar em consideração a diversidade cultural, por isso, as reportagens retratam cinco

²⁶ <http://globo.com/busca/?q=Cr%C3%B4nicas+do+JH>

localidades diferentes em pelo menos três continentes: Nova York e Buenos Aires na América, Paris, Londres e Lisboa na Europa, e Tóquio na Ásia.

As reportagens receberam um nome no site do Jornal Hoje, mas elas serão renomeadas para facilitar a identificação na análise. O tempo de duração das matérias descrito na tabela abaixo inclui a cabeça lida pelos apresentadores.

Reportagem	Título original da reportagem	Data de exibição	Duração
Manicures NY	Manicures de Nova York trabalham diferente das brasileiras	23 de outubro de 2010	2'20"
BsAs	Delis Ortiz mostra o charme da capital Argentina	17 de setembro de 2011	3'23"
Paris	Torre Eiffel aumenta ainda mais a aura de romantismo de Paris	7 de janeiro de 2012	3'31"
Tóquio	Japoneses comemoram a floração das cerejeiras	6 de abril de 2013	3'37"
Londres	Mercado em Londres vende produtos exóticos e refinados	22 de novembro de 2014	4'30"
Lisboa	Castelo de São Jorge é o monumento mais visitado de Portugal	31 de janeiro de 2015	3'54"

As matérias abordam temáticas diversas e, para uma melhor compreensão do que é retratado, será descrito um pequeno resumo das reportagens que compõem o corpus desse trabalho.

Manicures NY: Giuliana mostra como as manicures de Nova York trabalham e ressalta que o método adotado pelas profissionais dos Estados Unidos, que não retiram as cutículas, torna mais difícil a manutenção de unhas bem-feitas.

BsAs: Delis mostra o bairro Recoleta ao público brasileiro. A repórter destaca alguns pontos turísticos da localidade, mas dá mais ênfase na apresentação dos detalhes do palácio no qual funciona a embaixada brasileira na Argentina.

Paris: Já Uchoa leva ao telespectador brasileiro a um dos principais pontos turísticos de Paris, a Torre Eiffel, e reforça a ideia de que a cidade é o lugar ideal para casais apaixonados.

Tóquio: A floração das flores de cerejeira é o tema da reportagem de Kowalick. A rápida duração do fenômeno - apenas uma semana - muda a atmosfera

da cidade de Tóquio, segundo o repórter, e leva os japoneses a ocupar os espaços públicos.

Londres: Kowalick mostra ao telespectador um costume londrino: o passeio por uma das feiras mais tradicionais da cidade, a Borough Market. No local, o jornalista apresenta uma série de produtos que podem ser encontrados na feira.

Lisboa: Na crônica de Lisboa, Azevedo apresenta o castelo de São Jorge, o monumento mais visitado de Portugal. O repórter conta parte da história da edificação e apresenta a vista que os que vão até o local têm do alto do castelo.

As reportagens sempre começam com o apresentador do telejornal que faz a leitura da cabeça - texto introdutório com o *lead* da matéria -, logo em seguida vem a vinheta correspondente a cada localidade e, então, o produto em si. Foram identificadas três formações discursivas: **o exótico, grandioso e o encantamento**.

As sequências discursivas correspondentes a tais categorias serão mostradas em corpo 11, com espaçamento 1,15, recuadas na página e introduzidas por travessão. A formação discursiva (FD) de cada sequência (SD) vai ser destacada em negrito. Todas as falas são dos jornalistas, os repórteres serão identificados pelo nome que são mais conhecidos. As referências serão acompanhadas do ano de publicação, nome da matéria e autor. Quando o apresentador do telejornal ou uma fonte estiverem falando, isso será apontado no início da sequência discursiva entre colchetes. Além da transcrição das SD's serão realizadas captura de imagens das reportagens que são objeto de estudo. Importante ressaltar que, muitas vezes, os sentidos se sobrepõem uns aos outros, ou seja, em uma mesma matéria são encontradas as três categorias aglutinadas (o exótico, o grandioso e o encantamento), por isso, as sequências discursivas escolhidas poderão ocupar mais de uma categoria ao longo da análise.

4.2 Quem fala?

O jornalista que desempenha a função de correspondente internacional “[...] é o repórter que tem residência fixa no exterior, especificamente em um país, prestando serviço para uma emissora. Todavia ele é responsável pela cobertura dos acontecimentos não só no país residente como também em territórios ou nações vizinhas [...]” (BRITTO, 2004, p.3). Esse profissional leva até o público os principais

fatos da região na qual ele mora e, em alguns casos, a repercussão ou implicações de determinadas ações - geralmente políticas e econômicas. É função do correspondente, também, fazer reportagens atemporais, mas que sejam de interesse público, é o caso do quadro Crônicas do Jornal Hoje, por exemplo.

4.2.1 Giuliana Morrone (Giuliana)

Giuliana Morrone nasceu no Distrito Federal e aos 17 anos foi aprovada no curso de Jornalismo da Universidade de Brasília (UnB). O primeiro trabalho de Giuliana no jornalismo foi como estagiária na Radiobrás, em 1986. Como profissional formada, a casa de estreia foi a TV Globo. Em 1990, ela foi contratada pela Bandeirantes e trabalhou por três meses na sucursal de Brasília da rede. Após a passagem pela emissora, a repórter começou a atuar no jornal noturno do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) e, em seguida, passou a trabalhar no telejornal TJ Brasil da mesma rede. Mudou-se para a sucursal do Rio de Janeiro, cidade atuou por três anos até 1995. Em Brasília, no início dos anos 2000, de volta a Globo a jornalista foi alocada na equipe de profissionais que trabalhavam para o Jornal Hoje. Sete anos depois, ela foi convidada para ser correspondente da Rede Globo em Nova York, e, mais tarde, idealizou o Crônicas do Jornal Hoje.

Durante os quatro anos e meio como correspondente nos Estados Unidos, Giuliana cobriu eventos relevantes como a crise financeira que assolava os EUA, a morte do cantor Michael Jackson, o terremoto no Haiti que vitimou 230 mil pessoas, os estragos causados pelo Furacão Sandy em Nova York e Nova Jersey, entre outros. De volta ao Brasil em 2012, a jornalista foi alocada, novamente, na sucursal de Brasília da Rede Globo e desde então tem participado da cobertura de fatos relacionados à política nacional e internacional como a Operação Porto Seguro²⁷, as eleições presidenciais no Paraguai e também as do Brasil.

4.2.2 Delis Ortiz (Delis)

27 Investigação de 24 pessoas pela Polícia Federal, acusadas de venda de pareceres técnicos do governo em favor de empresas privadas.

Filha de um venezuelano naturalizado brasileiro e de uma enfermeira e contadora, Delis Ortiz nasceu no município de Cuiabá, no Mato Grosso²⁸. Formou-se em Jornalismo e, antes de terminar a graduação, trabalhou no Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra), lá ela era responsável pela fiscalização de projetos na região do nordeste brasileiro. A carreira como jornalista teve início após o término dos estudos, quando começou a trabalhar na sucursal do SBT, em Brasília, na qual atuou por seis anos. Na emissora, ela cobria as notícias relacionadas à periferia da capital brasileira para o telejornal Noticentro. Em seguida, ainda no SBT, passou a trabalhar para o recém-criado Telejornal Brasil - noticiário nacional da emissora - e foi nessa etapa da carreira que Delis passou a cobrir o cenário político brasileiro.

No fim dos anos 1990, foi convidada para fazer parte do grupo de jornalistas que trabalhava na equipe do Jornal Nacional, da Rede Globo, em Brasília. Nesse período, Delis participou da cobertura da crise e da queda do governo Collor, do lançamento do Plano Real, das eleições presidenciais de 1994. Ao longo dos anos 2000, continuou ligada à editoria de política, mas, em 2011, a jornalista foi nomeada correspondente da Globo para a América Latina, em Buenos Aires, na Argentina. Nessa função, atuou na cobertura fatos importantes, como a morte do então presidente da Venezuela, Hugo Chávez.

4.2.3 Marcos Uchoa (Uchoa)

A cidade de Rio de Janeiro²⁹ é a terra natal de Marcos Uchoa que, antes de optar em definitivo pelo Jornalismo, cursou um ano de Sociologia e outro de Medicina. Aos 19 anos, ele já era poliglota, falava - além de português - inglês, francês, italiano e espanhol. Nesse período, ele começou a trabalhar na companhia aérea Air France e, logo depois, foi aprovado em concurso para atuar como repórter na Rede Manchete. Para essa emissora, cobriu os Jogos Olímpicos de Los Angeles, em 1984; dois anos depois, trabalhou na Copa do Mundo do México. Nessa época,

28 Disponível <<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/delis-ortiz/trajetoria.htm>>

29 Disponível <<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/marcos-uchoa/trajetoria.htm>>

Uchoa ainda conciliava os dois empregos e quase desistiu do jornalismo quando a Rede Manchete entrou em crise. Entretanto, em 1987, surgiu a oportunidade de trabalhar na Rede Globo durante as férias de uma repórter da editoria de esporte. Uchoa se consolidou na emissora e, no ano seguinte, foi convocado para cobrir as Olimpíadas de Seul, na Coreia do Sul.

O repórter foi para Londres em 1996 como correspondente de esporte, mas depois passou a cobrir guerras, eleições e a fazer reportagens especiais. De volta ao Brasil, em 2007, Uchoa foi alocado na redação do Rio de Janeiro, na qual trabalhou por três anos. Em 2011, foi convidado a voltar à Europa e assumir a função de correspondente internacional da Globo em Paris, na França. Uchoa está lá desde então cobrindo os principais acontecimentos mundiais, mas não deixou de realizar reportagens especiais.

4.2.4 Roberto Kovalick (Kovalick)

Gáucho de Santana do Livramento, ele é formado em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Roberto Kovalick começou a trabalhar com a profissão escolhida logo no primeiro ano de faculdade, em 1986, na Rádio Gaúcha, em Porto Alegre. Depois passou a integrar o time de repórteres da RBS TV, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul, local onde atuou por três anos e, em 1990, foi para a Globo como repórter da editoria Rio do Jornal Nacional. Kovalick participou da cobertura de eventos políticos e do cotidiano brasileiro e depois mudou-se para Brasília, onde ficou até 2004. Segundo Kovalick, a emissora precisava de um repórter com perfil mais investigativo e ele tinha como função acompanhar as denúncias do Ministério Público e da Polícia Federal. “Fiquei cinco anos lá, fiz muitas reportagens sobre corrupção. Era uma coisa que eu sempre quis fazer, desde criança.” (MEMÓRIA, 2015, web)³⁰

A carreira como correspondente internacional começou somente em 2005, quando foi escalado para trabalhar em Nova York, cidade na qual ficou até 2008. “Eu sempre quis ser correspondente, sempre foi uma ambição pessoal e profissional.” (MEMÓRIA, 2015, web)³¹

30 Disponível <<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/roberto-kovalick/trajetoria.htm>>

31 Disponível <<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/roberto-kovalick/trajetoria.htm>>

Em 2009 deu início à nova rotina, Kovalick tornou-se o primeiro correspondente da Globo em Tóquio, no Japão. Em depoimento, ele conta que:

Não existe país mais diferente do Brasil. Tudo funciona ao contrário. No Brasil, se a Bolsa de Valores está subindo, é verde, se está caindo, vermelho. No Japão é o contrário. Mas, em muitos aspectos, é mais fácil trabalhar no Japão do que nos Estados Unidos, porque os japoneses conhecem e admiram o Brasil, têm muita curiosidade em relação ao nosso país. (MEMÓRIA, 2015, web)³²

Após a experiência no Japão, o jornalista assumiu, em 2013, o posto de correspondente em Londres onde atua desde então.

4.2.5 André Luiz Azevedo (Azevedo)

Nascido na cidade do Rio de Janeiro³³, André Luiz Azevedo teve sua primeira experiência como jornalista quando foi estagiário d'O Jornal, do grupo Diários Associados, em 1972. Entretanto, além desse periódico, André Luiz trabalhou na Rádio JB - também no Rio de Janeiro - por oito anos; ali ele atuou como repórter, produtor, chefe de reportagem e locutor. A experiência adquirida nessa rádio o fez conquistar, em 1981, a vaga de repórter na editoria Rio, da Rede Globo. Nessa função, ele cobriu eleições estaduais, acompanhou investigações e, em 1983, tornou-se editor-chefe e apresentador do RJTV - 3ª Edição -, da mesma emissora. O jornalista cobriu fatos importantes da história recente do Brasil como a campanha das Diretas Já, a eleição e morte de Tancredo Neves e outros tantos fatos e desastres naturais - chuvas e deslizamentos de terra - que assolaram a população brasileira.

Desde 2012, o repórter é correspondente da TV Globo de Portugal e cobriu os efeitos da crise econômica europeia, a repercussão na Europa do sorteio das chaves da Copa do Mundo de 2014, a renúncia do Rei Juan Carlos da Espanha após quase 40 anos de reinado e trabalhou junto com Roberto Kovalick, Marcos Uchoa e outros repórteres na cobertura ao ataques do jornal "Charlie Hebdo" e a um supermercado judaico, na França, que ocorreram no início de 2015.

32 Disponível <<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/roberto-kovalick/trajetoria.htm>>

33 A Rede Globo não disponibiliza todas as crônicas veículas desde a estreia do quadro. As reportagens então disponíveis em <<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/andre-luiz-azevedo/trajetoria.htm>>

5 Análise

5.1.1 Exótico

O exótico permeia quatro das seis reportagens do Crônicas do Jornal Hoje, nestes casos o jornalista, geralmente, se posiciona em um lugar de estranheza, como alguém que não entende determinado comportamento da realidade na qual ele está inserido. Os correspondentes responsáveis pelas matérias, frequentemente, comparam os costumes e modos de viver dos estrangeiros com a cultura brasileira, eles utilizam o modo de viver do Brasil como parâmetro para delimitar e afirmar o que é “normal” e o que é “estranho”.

A reportagem sobre a floração das cerejeiras em Tóquio mostra, em um primeiro momento, por meio de imagens contemplativas e trilha sonora calma, a bela paisagem proporcionada pelas flores. Entretanto, quando é mostrado o comportamento dos moradores de Tóquio em relação ao fenômeno natural, a edição torna-se acelerada, a música fica mais agitada e o corte entre as imagens mais rápido. Pela união entre texto e imagem, fica perceptível que a população é retratada de maneira peculiar por ter costumes diferentes dos brasileiros. As sequências que seguem, bem como as imagens, reforçam a excentricidade do povo japonês.

- Qualquer lugar coberto por sakuras [nome japonês para cerejeiras] se transforma em um ponto turístico, no cenário ideal para um belo e agradável passeio. Qualquer lugar mesmo, **até este aqui. O cemitério, nesta época do ano, é um dos lugares mais visitados de Tóquio.** (Kowalick, 2013, Tóquio)

- **Tem até excursão escolar e as crianças nem ficam assustadas.** E não é tudo, **tem piquenique no cemitério. Isso mesmo, os japoneses estendem as toalhas no meio das lápides.** (Kowalick, 2013, Tóquio)



Figura 1 - Japoneses realizam piquenique no cemitério.



Figura 2 - Crianças visitam o cemitério.

Nos trechos destacados é possível notar que a cultura do repórter é utilizada como referência para determinar o que foge ao padrão estipulado por ele, o que é aceito com naturalidade e o que é passível de ser apontado como diferente. A identidade brasileira foi normalizada e a partir dela o hábito da população retratada foi julgado. Percebe-se que o tom dado à reportagem apresenta inconformidade perante o outro. O fato de os japoneses realizarem piqueniques no cemitério causa espanto, visto que, no Brasil, não existe a cultura de se realizar esse tipo de atividade. A relação que o povo brasileiro tem com esse espaço não é amigável, porque ele está ligado ao terror, ao sofrimento, à dor etc. Por realizarem encontros entre amigos e familiares nesse tipo de lugar, deduz-se que a associação feita pelos japoneses em relação aos cemitérios é diferente da realizada pelos brasileiros. Não foi explicado o porquê desse costume ao telespectador, mas reforçada a ideia de que os japoneses são “exóticos”.

Essa formação discursiva está presente, também, na crônica de Buenos Aires, que mostra os detalhes decorativos do palácio no qual funciona a embaixada brasileira. Após tecer uma série de elogios ao local e mostrar-se encantada diante da arquitetura de inspiração europeia - o que será analisado a seguir - a repórter considera a aglutinação das identidades envolvidas algo muito diferente.

- Até quem não vê por dentro se orgulha de saber que **esse palácio francês, na Argentina, é brasileiro** [sede da embaixada]. (Delis, 2011, BsAs)

É caracterizada como exótica a mistura cultural, ou seja, as trocas provenientes do contato com outros povos. Seria um erro enxergar esse tipo de

manifestação como diferente, visto que o intercâmbio cultural com maior regularidade é intrínseco à humanidade desde o período das grandes navegações, nos séculos XV e XVI. O palácio de arquitetura francesa que serve de abrigo para embaixada do Brasil na Argentina é a prova física do comportamento da época que tinha como ideia de belo o design europeu. Entretanto, a matéria deixa transparecer – pelo tom de voz da Delis, que isso está em desalinho com o que a repórter esperava, ela mostra-se perplexa. Contudo, é a surpresa da jornalista que causa espanto, visto que grande parte da arquitetura da capital argentina tem inspiração francesa.

O exótico permeia a reportagem que fala sobre o modo de trabalho das manicures nova-iorquinas. Pelo discurso depreende-se que o que é mostrado está em descompasso com a realidade brasileira, mas, nesse caso, o viés dado ao exótico é um pouco diferente. Aqui prevalece o tom de **reprovação**. Em uma das passagens, a repórter senta-se para fazer as unhas e testar o serviço; quando chega o momento de retirar o excesso de esmalte das mãos de Giuliana, a manicure o faz com a própria unha, diferentemente do Brasil.

- **Não usa o palitinho**, vai com a unha mesmo. (Giuliana, 2010, NY)

- O processo de retoque é repetido, também, na segunda camada. **Definitivamente, não fica perfeito. De longe ficou lindo, né? Só não pode ver de perto** (risos). (Giuliana, 2010, NY)

As palavras, a entonação e as expressões faciais feitas pela jornalista reforçam a reprovação ao estilo nova-iorquino e a insatisfação frente ao serviço oferecido, que segundo a reportagem, é caro e repleto de imperfeições.

- Fazer apenas as mãos custa, em média, R\$ 25, mas dependendo do bairro **pode custar até R\$ 50**. (Giuliana, 2010, NY)

É preciso lembrar que a matéria é de 2010, e o dólar naquele momento estava cotado em torno de R\$ 1,70.

O trabalho das manicures dos Estados Unidos é mostrado com um olhar estranho, de quem não consegue aceitar aquela técnica que, por questões culturais, é diferente da realizada no Brasil.

- [apresentadora] Nas Crônicas de Nova York de hoje, Giuliana Morrone pegou as americanas pelas unhas e **mostra que a manicure de lá é muito diferente da nossa daqui.** (Giuliana, 2010, NY)

- Nos Estados Unidos, **é comum não tirar a cutícula.** As manicures apenas a empurram **deixando as unhas de um jeito que as brasileiras normalmente não gostam.** (Giuliana, 2010, NY)

A repórter, ocupando o lugar de “brasileira”, está inclinada a não gostar da metodologia estadunidense de trabalho. Contudo, como jornalista, ela precisa estar apta a mostrar essa outra realidade, sem apontá-la com desdém ou menosprezo. É interessante observar que a repórter não procurou fazer uma enquete junto às clientes do salão que ela usou como *case* na matéria para saber se elas gostavam de como o serviço era feito, se elas estavam satisfeitas. Não foi explicado, também, o motivo pelo qual as manicures de lá optam por usar uma técnica diferente. Mais uma vez, o costume estrangeiro foi identificado como diferente para os padrões brasileiros, mas não foi aprofundado.

O estranhamento frente ao outro é perceptível na crônica de Londres, que fala sobre a feira *Borough Market*. Essa reportagem é emblemática, porque ela engloba as três formações discursivas (o exótico, o encantamento e o grandioso), muitas vezes em uma mesma frase estão todos os sentidos agrupados, por isso, uma sentença pode aparecer mais de uma vez no decorrer dessa análise.

- Peixes, frutas, pães. Hoje **tem até erva para chimarrão.** (Kowalick, 2014, Londres)

Entende-se que a feira apresenta uma gama tão variada de itens que até mesmo um produto típico do Rio Grande do Sul, estado de origem do repórter, que ele não esperaria encontrar na *Borough Market*, atravessou oceanos e se fez presente na feira.

- O **Brasil é um grande exportador dessa iguaria** [carne de cavalo] que está longe de ser **o ingrediente mais exótico vendido. Aqui tem carne de avestruz, zebra e cobra.** (Kowalick, 2014, Londres)

A *Borough Market* é conhecida pela venda de produtos não tão usuais ou

fáceis de se encontrar. O exótico aqui foi verbalizado, o discurso deixa evidente que a comercialização das carnes citadas causa um grande estranhamento no repórter. O sentimento de **espanto** é reforçado pela pergunta do repórter feita à dona da banca.

- As pessoas **realmente compram isso** [carne de cobra]? (Kowalick, 2014, Londres)

O consumo desse tipo de iguaria causa surpresa no jornalista por não fazer parte do repertório cotidiano ao qual ele está acostumado, por não fazer parte daquilo que ele considera habitual ou normal para a culinária.

É possível observar que, apesar de tratar de localidades distintas, de estarem apartados no tempo, os discursos das reportagens analisadas até agora são compatíveis no que concerne ao modo como a cultura alheia é retratada ao público brasileiro. O outro é estranho, é diferente, tem um modo de agir que diverge daquele que fala. Os jornalistas trataram de modos distintos, utilizaram palavras diferentes, mas mostraram o outro como exótico, não tentaram se aproximar e expressar a pluralidade como algo intrínseco à realidade social.

Essa formação discursiva é entendida como aquilo que é diferente de “mim”, o que é apreendido como aquele comportamento ou hábito em que não há referência no Brasil. Entretanto, além da produção desse sentido, nota-se que o exótico é apresentado sob a forma de reprovação e espanto. Esses dois sentidos são apêndices ao primeiro, mas ajudam a formar o sentido maior que encaixa as culturas estrangeiras como aquilo que está em descompasso com a realidade brasileira. Nota-se, também, que apesar do contato face a face com outras realidades e da oportunidade de quebrar uma série de tipificações, os repórteres olharam de longe, não se aprofundaram ou tentaram ir além das impressões superficiais.

5.1.2 Grandioso

A **grandiosidade** foi outra formação discursiva identificada em cinco das seis reportagens selecionadas. Essa característica transmite ao leitor a ideia de

superlativo físico, ou seja, como se o mostrado fosse sempre maior ou melhor.

Quando a reportagem de Nova York aborda o que seria a única vantagem que o serviço de manicure americano apresenta sobre o brasileiro, a repórter aparece diante uma parede repleta de tubos de esmalte para corroborar o sentido de enormidade frente ao público. A frase dá ampla evidência à cartela de cores oferecida às clientes e passa a impressão de que a quantidade de esmaltes é quase infinita.

- Um ponto positivo é a variedade de cores. **Só aqui, mais de 700, todas numeradas.** (Giuliana, 2010, NY)



Figura 3 - Repórter mostra a quantidade de esmaltes disponíveis às clientes.

Sentido semelhante ao produzido na reportagem de Nova York é encontrado, quatro anos depois, na matéria sobre os produtos da feira de Londres, na qual a grandiosidade da *Borough Market* é medida, também, pelo número de produtos oferecidos aos clientes.

- Há **tanta variedade no mercado que é difícil escolher.** Essa barraquinha aqui, por exemplo, **oferece 11 tipos de azeite.** O bom é que dá pra provar cada um deles. (Kowalick, 2014, Londres)

A sequência evidencia a grande variedade de itens que podem ser

encontrados na feira. Além de mostrar-se surpreso com a quantidade de tipos de azeite que podem ser comprados no local, o repórter faz questão de experimentá-los e de passear por sete tendas diferentes. Neste percurso, são mostrados os produtos e, mais do que isso, alguns são experimentados para comprovar que a variedade de sabores é verdadeira e, de certo modo, acessível aos que vão até a *Borough Market*. As imagens destacadas tem grande peso para a narrativa, porque ajudam a reforçar a ideia de enormidade da feira.



Figura 4 - A variedade de produtos impressiona o repórter



Figura 5 - Para reforçar o grandeza, são exibidos os produtos que podem ser encontrados na feira



Figura 6 - Tendas são visitadas para comprovar a diversidade de itens e sabores

As próximas sequências mostram como são grandiosos os países e aquilo que os compõem. Os jornalistas demonstram estarem diante de estruturas arquitetônicas e manifestações espontâneas - como a feira de Londres - de grandes proporções.

- O cemitério é uma das **maiores coleções de arte funerária do mundo**. (Delis, 2011, BsAs)

- Por incrível que pareça, **diante do tamanho, da trabalhadeira, da enormidade do que ela é**, a Torre Eiffel era para ter sido uma estrutura

temporária feita em 1889 para comemorar os 100 anos da Revolução Francesa. (Uchoa, 2012, Paris)

- Um viaduto embaixo da linha do metro é um excelente lugar para uma taça de champagne. Essa é uma combinação inusitada de **uma das feiras mais chiques do planeta**, onde aromas, cores e texturas **atraem os londrinos há exatos mil anos**. (Kowalick, 2014, Londres)

O uso de palavras como: “mundo”, “planeta” e “enormidade” são exemplos da perplexidade dos repórteres diante de civilizações mais antigas. O tom glorioso, às vezes, epopeico dado às reportagens retrata com imponência a história dessas localidades, como se cultura dessas cidades - que são entendidas como de primeiro mundo - fosse melhor por ser mais antiga ou famosa. Nota-se que as três sequências acima apresentam em comum o que Nelson Rodrigues definiu como “Complexo de Vira-Latas”, ou seja, o sentimento de inferioridade que o brasileiro tem sobre si diante do que é de fora: o outro é maior, é mais belo. O olhar de um povo colonizado que encontra nessas “metrópoles” o padrão desejável de modo de vida, permeia as Crônicas do Jornal Hoje.

Cabe dar destaque ao modo como as reportagens de Lisboa e de Paris mostram seus principais pontos turísticos: o castelo de São Jorge e a torre Eiffel respectivamente. O uso de superlativos para descrever as duas edificações está presente no discurso, mas, principalmente, nas imagens. Na matéria sobre o castelo, foram feitas 22 tomadas aéreas (figuras 7, 8, 9 e 10), o uso desse tipo de recurso reforça o sentido de grandeza da edificação - que fica no alto de uma das colinas lisboetas. O sentido construído é de que o castelo paira sobre a capital de Portugal, como se conseguisse monitorar todos os cantos da cidade. Lisboa, por sua vez, é sempre colocada em segundo plano como se fosse uma pequena maquete perto da enormidade do castelo.

- **Fica lá no alto da mais alta das sete colinas de Lisboa. Foi construído mesmo para mostrar que domina toda a cidade** e parece que todos os caminhos levam até lá: pode ir de bonde, elevador ou subindo pelas escadarias sem fim. (Azevedo, 2015, Lisboa)

- Gente do mundo inteiro vem até aqui para passear pela história milenar do castelo e admirar a **visão única de 360 graus que domina a cidade de Lisboa**. (Azevedo, 2015, Lisboa)



Figura 7– Imagem abertura da reportagem



Figura 8 – Tomada evidencia localização do Castelo



Figura 9 - Cidade de Lisboa torna-se pequena aos pés do castelo



Figura 10 - Torre do castelo com a bandeira do país em primeiro plano e a cidade ao fundo

Já a capital da França é vista como a materialização de um processo inventivo de gênios, é entendida como o berço dos grandes pensadores e que encontra na torre Eiffel, principal ponto turístico do país, o ápice da sapiência francesa. A estrutura, que há mais de cem anos faz parte do mapa da cidade, representa – na reportagem – a perpetuação de Paris vista como centro cultural do mundo.

- **A cidade mais visitada do mundo** não vive de belezas naturais. É uma construção, uma invenção de tanta gente, **tantos gênios que passaram por aqui**. Que tem nessa torre o **ponto alto dessa vontade de entrar pra história com essa ideia de subir aos céus, de elevar os espíritos através da arte**. (Uchoa, 2012, Paris)

Para frisar a suntuosidade, as imagens da torre Eiffel são, geralmente, de baixo para cima e ocupam todo o quadro. Tais recursos de enquadramento somados ao texto em superlativo aumentam a sensação de grandiosidade frente ao telespectador.

- Mais de 122 anos depois, ela continua aqui. **Um símbolo de imponência,**

de elegância. Qualidades tão parisienses. (Uchoa, 2012, Paris)



Figura 11 - Tomada de baixo para cima aumenta sensação de enormidade



Figura 12 - Segunda tomada de baixo para cima



Figura 13 - Imagem da torre Eiffel toma conta da tela



Figura 14 - Tomada de toda torre em tela cheia

O telejornalismo fala com as emoções para cativar o público (Wolton, 1996), e, para isso, o uso de imagens atraentes ou impactantes se faz necessário. Contudo este trunfo da televisão deve ser usado de maneira que agregue conteúdo à matéria. Nota-se que os repórteres fazem uso da hipérbole, constroem e fortalecem o sentido de que essas nações são grandiosas pela sua história e costumes. Levam e perpetuam ao telespectador uma identidade milenar e oferecem ao público brasileiro um olhar de grande fascínio pelo outro, mas de maneira planejada. Ou seja, o conteúdo que precisaria estar presente no discurso das reportagens, muitas vezes foi negligenciado. Os jornalistas deixaram de abordar os porquês daquilo que era apresentado para falar por meio de adjetivos.

5.1.3 ENCANTAMENTO

A peculiaridade dessa formação discursiva nas Crônicas do Jornal Hoje consiste no fato de que tal característica aparece em todas as seis reportagens que fazem parte do corpus desse trabalho. As sequências discursivas selecionadas transmitem ao público o sentimento de arrebatamento e de admiração frente ao outro. Muitas vezes, o deslumbramento percebido na reportagem começa ainda na cabeça lida pelas apresentadoras do telejornal.

- [apresentadora] A crônica de hoje dos nossos correspondentes é sobre a **belíssima Buenos Aires**. Vamos conhecer **um dos bairros mais charmosos** da capital argentina. (Delis, 2011, BsAs)

- [apresentadora] Quem vai à **cidade mais visitada do mundo**, não deixa de conhecer seu **monumento mais famoso**. A **aura de romantismo que envolve a capital da França parece mais forte em torno da torre Eiffel**. (Uchoa, 2012, Paris)

-[apresentadora] Na reportagem de hoje, você vai conhecer um programa que os londrinos adoram fazer aos sábados: é o passeio pelo *Borough Market*. Essa feira, em Londres, é **uma das mais tradicionais do mundo**. Lá dá pra comprar todos os tipos de produtos: dos mais exóticos, como carne de cobra, aos mais refinados, como **queijo servido no casamento real**. Para quem gosta de comida é um passeio **imperdível**. (Kowalick, 2014, Londres)

As jornalistas falam pausadamente e com um sorriso no rosto as palavras negritadas, isso já demonstra fascínio e converge com o tom dado à reportagem que será rodada após a vinheta de abertura do quadro. Nos trechos selecionados, é possível observar que o encantamento pelo outro perpassa os seis anos do quadro e atravessa continentes, ou seja, independentemente do repórter e da cidade da qual ele fale o sentido de deslumbramento se faz presente.

Na reportagem de Nova York, por exemplo, as mulheres nova-iorquinas são retratadas como ícones no quesito estilo. Logo no início da matéria, é exibida uma sequência de imagens (figuras 18, 19 e 20) que mostram mulheres que - segundo a crônica - estão bem-vestidas. É importante notar que a trilha ritmada lembra a de desfiles, como se as ruas da cidade de Nova York vivessem um eterno espírito das semanas de moda.

- **As nova-iorquinas sabem se arrumar com muito charme**. (Giuliana, 2010, NY)



Figura 15 - Mulher nova-iorquina vista como exemplo de estilo



Figura 16 - Exemplo de mulher bem-vestida



Figura 17 - O charme novo-iorquino representado pelo vestuário

Apesar de estar presente nas outras duas formações discursivas identificadas nesse trabalho, o sentido que mais se destaca na crônica de Buenos Aires é o do encantamento. A admiração pelo bairro e aquilo que o compõe são perceptíveis pelo discurso, pelo modo como a repórter pronuncia as palavras e, principalmente, pela maneira como ela reage ao entrar no Palácio Pereda. O tamanho do local e a decoração do ambiente são vistos sempre com um tom de incredulidade e fascinação. A sequência a seguir é intercalada por imagens e sobe-som. Por isso, quando transcrita ela parece truncada, contudo o sentido produzido é de grande esplendor.

- O palácio é uma réplica do **Mussé Jacquemart-André, de Paris. Esse é só o hall... as curvas da escadaria... o corrimão de bronze.** (Delis, 2011, BsAs)



Figura 18 - Tomada do alto para evidenciar as curvas da escada



Figura 19 - Plano detalhe no corrimão de bronze

Para aumentar ainda mais - frente ao telespectador - a ideia de que o palácio é luxuoso, foi citado que artistas estrangeiros foram até Buenos Aires exclusivamente para contribuir com a decoração do local. Essas afirmações, assim como algumas das sequencias discursivas anteriores, carregam em si a ideia de um mundo no qual o conceito de beleza ainda está intimamente ligado à Europa.

- O palácio original era revestido de mármore. Aparentemente, esse aqui também. Mas não é mármore, é imitação. Uma técnica chamada estuco, **arte que poucos dominavam. E os artistas foram importados da Itália.** (Delis, 2011, BsAs)

- **Tantos detalhes que o olhar se perde.** O salão parece estar de cabeça para baixo. **Tudo parece estar suspenso; são Os Equilibristas, do artista catalão José Maria Sert.** (Delis, 2011, BsAs)

No gênero crônica, o jornalista tem liberdade de escrita, ele não está preso à rígida estrutura do *hard news* porque não é necessário responder às clássicas perguntas do *lead*, já que os temas abordados, geralmente, são atemporais. Ou seja, são reportagens que não apresentam e não precisam ter “gancho” com fatos recentes. Apesar da escrita diferente, as Crônicas do Jornal Hoje não deixam de ser produtos jornalísticos, logo, elas precisam ter como norteador o conteúdo para que o telespectador brasileiro consiga apreender de maneira ampla a realidade e conhecer esses outros lugares sem deslumbramentos. A matéria de Paris é um exemplo pertinente, porque mostra que o lirismo - que é algo intrínseco à crônica - foi usado em demasia.

- Talvez, **ao se dançar e rodar** [nesse momento, o cinegrafista posiciona-se exatamente de baixo da torre, coloca a câmera em contra-plongée e começa a girar em círculos], se possa enxergar não toneladas de aço, mas uma escultura. **Lá de cima, como no pico de uma montanha, se pode ver para todo lado como num carrossel, tudo passa enquanto não se sai do lugar** [nesta passagem, o repórter utiliza o gancho propiciado pela imagem para escrever o texto. Visto que, ao fundo, vê-se a torre Eiffel e em primeiro plano há um carrossel]. Para os que vem de muito longe curtir a vida, para os que vem de muito longe ganhar a vida. **Uma torre mirim, um dinheiro chinfrim, mas é uma lembrancinha, um pedacinho de uma visita inesquecível** [pessoa comprando uma miniatura da torre]. (Uchoa, 2012, Paris)

- E toda noite, a uma certa hora, nesse que é o maior símbolo dessa Paris cidade-luz, **20 mil lâmpadas, como vagalumes, piscam sem parar**. É como uma **imensa árvore de Natal que deixa os olhos de quem visita Paris brilhando** e com vontade de voltar. (Uchoa, 2012, Paris)

- E quando anoitece, **nessa eterna lua de mel de Paris, a torre fica dourada e parece fazer desses momentos ainda mais valiosos**. (Uchoa, 2012, Paris)

Foram feitas analogias e rimas que buscam agradar, entreter, mas que não se preocupam em agregar conteúdo ao assunto. É uma forma de mascarar a falta de interesse público que constitui o acontecimento. Percebe-se, também, que aquilo que é construído ao longo de toda a reportagem: Paris é idealizada como uma cidade-sonho, de gênios, de belas paisagens, dos namorados é reforçado pela fala dos entrevistados.

- [sonora] **Estamos aqui realizando outro sonho que é conhecer essa torre linda, nesse lugar maravilhoso**. (Uchoa, 2012, Paris)

Vale ressaltar que, apesar de as reportagens estarem apartadas na cronologia do Crônicas do Jornal Hoje, a associação entre a palavra glamour e a cidade de Paris é observada, também, na reportagem de Buenos Aires. Antes de entrar no que a repórter afirma ser uma das principais atrações da cidade – o Palácio Pereda, local onde funciona a embaixada do Brasil – são exibidas imagens da arquitetura do bairro Recoleta. A reportagem mostra um prédio que apresenta junto à fachada a bandeira da França e, nesse momento, é traçado um paralelo entre o design dos prédios da localidade e os franceses.

- [repórter] Bem que eles tentaram trazer Paris para cá e **muita coisa veio mesmo. A arquitetura com certeza.** (Delis, 2011, BsAs)

- [repórter] [...] de **despojado esse bairro não tem nada**, pelo contrário, **é o retrato da aristocracia da época.** (Delis, 2011, BsAs)

É sugerido que os prédios com inspiração francesa dão requinte a essa parte da cidade de Buenos Aires e que é a arquitetura o que engrandece a Recoleta. Por isso, são utilizadas imagens de detalhes que comprovam o quão deslumbrante é o bairro.



Figura 20 – Lustre sofisticado na Recoleta



Figura 21 – Estátua de período aristocrático argentino



Figura 22 – Prédio de arquitetura francesa na Argentina

É reforçado o conceito de que a França é berço de elegância e que as cidades que apresentam arquitetura inspirada nesse país são, conseqüentemente, lugares dignos de serem visitados e admirados. Além disso, predomina a ideia da

Europa ainda compreendida como centro de referência para as artes, deixando à margem, no processo de construção da Recoleta, as influências espanholas e de outras culturas que também estão presentes no bairro.

Já a matéria de Lisboa, ganha um tom fortemente subjetivo quando o repórter afirma por si - sem o suporte de nenhum outro entrevistado - que a vista proporcionada pelo castelo é deslumbrante.

- O casario antigo com seus telhados fica lá embaixo e daqui do alto a gente vê todos os principais monumentos. **A tentação de só ficar olhando lá pra baixo é mesmo muito grande.** (Azevedo, 2015, Lisboa)

O encantamento é observado de maneira mais sutil na reportagem sobre Tóquio, quando o jornalista afirma que a floração das cerejeiras propicia a paisagem mais charmosa que a cidade pode oferecer. A fala pausada, quase silábica, dá ainda mais força à ideia de magnetismo causada no repórter quando ele se viu diante do fenômeno.

- Esse local é um dos mais disputados pelos fotógrafos e a gente vai tentar descobrir o porquê. **Aí está o motivo: uma das paisagens mais bonitas de Tóquio.** (Kowalick, 2014, Tóquio)

- **O barquinho leva bem perto das flores** destas árvores que ficam nos jardins do palácio imperial. **Um passeio imperdível para casais de namorados.** (Kowalick, 2014, Tóquio)



Figura 23 - Cerejeiras à beira do lago

Como observado no tópico anterior, a crônica de Londres é a que apresenta mais fortemente as três formações discursivas mapeadas. Nessa categoria foi possível identificar o encantamento de maneira mais explícita em três momentos diferentes. O primeiro já foi analisado em outra categoria, mas, agora, cabe olhá-lo sob essa segunda ótica, na qual o repórter enxerga com um misto de surpresa e encanto o fato de a erva de chimarrão e a cuia estarem presentes na feira londrina. Como se a região do Cone Sul tivesse de se sentir honrada por ser lembrada pelos vendedores da *Borough Market*, comércio que está localizado a oceanos de distância da América do Sul.

- Peixes, frutas, pães... Hoje, **tem até erva para chimarrão**. (Kowalick, 2014, Londres)

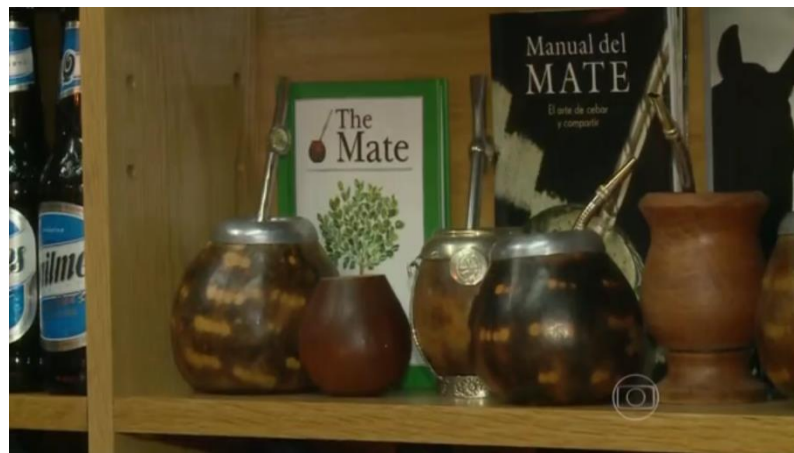


Figura 24 - O chimarrão presente na milenar feira do Borough Market

O deslumbramento se faz presente, também, quando é afirmado que na feira é possível encontrar e comprar o queijo servido no casamento real. O repórter prova o produto e, nesse momento, a edição divide a tela em quatro e liga a imagem de Kowalick experimentando o queijo com cenas do casamento entre o príncipe William e a duquesa Kate (figura 25). Esse trecho da reportagem transmite a ideia de que, ao comer o item, o jornalista e aqueles que comprarem o queijo sentir-se-ão e serão, mesmo que por pouco tempo, parte da realeza.

- Aqui no mercado a gente pode provar alguns **sabores reservados à realeza**. É o caso **desse queijo aqui servido no casamento real do príncipe Willian e da duquesa Kate**, mas será que é bom? [Sobe-som] **A realeza, realmente, sabe o que é bom**. (Kowalick, 2014, Londres)



Figura 25 - O queijo que deixa cidadãos comuns próximos à realeza

Ao final da reportagem, uma única sentença reforça a produção de todas as formações discursivas identificadas. Contudo, sobressai-se a tipificação de que a feira é incrível, que ali todos são contemplados, tudo pode ser encontrado, que a *Borough Market* é um espaço democrático e aberto aos mais variados gostos e culturas.

- Do real ao exótico, do simples ao refinado. Um milenar mundo de sabores. (Kowalick, 2014, Londres)

As reportagens estão dispersas na cronologia do quadro de viagem, mas é possível perceber que o encantamento denotado pelos repórteres perpassa os anos e está presente em todas as matérias. As palavras utilizadas, as analogias, o uso de superlativos propiciam a criação de um ambiente que beira o mágico. Nota-se que, quando as reportagens mostram edificações históricas, o encantamento que permeia o discurso fica ainda mais elevado. Os repórteres contam a história do local, entretanto, a entonação dada ao texto, a trilha sonora, o modo como eles se comportam diante da câmera evidenciam fascínio. No que concerne à estruturação das reportagens, a sobreposição dos elementos do audiovisual e textuais, muitas vezes, resultam em materiais bonitos, mas que deixam a desejar no que tange ao conteúdo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trajeto percorrido ao longo dessa pesquisa serviu de suporte para que fosse possível identificar quais eram os sentidos produzidos pelo Crônicas do Jornal Hoje. Para isso, foram escolhidas seis reportagens. As matérias selecionadas contemplaram seis capitais - para prezar a diversidade cultural - e estão dispersas na cronologia do quadro, ou seja, cada reportagem refere-se a um ano diferente, começando com a estreia do quadro, em 2010, até 2015, no encerramento desta pesquisa. A opção por um período tão longo consiste justamente para saber se, entre as reportagens, havia alguma conexão na construção de sentidos, se as matérias, apesar de diferentes, retratavam a identidade de culturas estrangeiras da mesma maneira. Amparada na Teoria Construcionista - que enxerga o jornalismo como um agente que auxilia na construção da realidade - e na Análise de Discurso - que entende o discurso como resultado do contexto sócio-cultural e da subjetividade de quem escreve bem como dos modos de recepção dos indivíduos - o corpus foi estudado.

Após a leitura minuciosa das seis reportagens que compõem o corpus deste trabalho, foi possível identificar que os produtos jornalísticos em questão apresentam três formações discursivas predominantes: 1) exótico, 2) grandioso e o 3) encantamento. Na primeira categoria mapeada, foi possível perceber que os repórteres calcados na ideia de uma identidade padrão - no caso, a brasileira - julgaram e reprovaram a cultura estrangeira. O outro foi mostrado como exótico por não ter hábitos iguais ou parecidos com os dos habitantes do Brasil. Velhos estereótipos em relação ao estrangeiro foram perpetuados e o olhar raso, sem aprofundamento foi mantido.

Os sentidos que remetem ao grandioso discursavam muito pela imagem. Foram feitos enquadramentos que valorizavam o tamanho das edificações ou que mostravam a ampla variedade de produtos aos quais os consumidores teriam acesso nessas cidades. Entretanto, foi possível perceber certo exagero no modo como as matérias foram escritas: há um uso de palavras que remetem ao sentido de enormidade e reforçaram junto ao telespectador a ideia de admiração perante ao estrangeiro, bem como a diminuição do Brasil frente a essas localidades.

O encantamento, última formação discursiva identificada, foi encontrado em todas as seis reportagens que compõem o corpus dessa pesquisa. Um forte sentido de deslumbramento em relação ao estrangeiro e a supervalorização do outro perpassaram os anos, capitais diferentes e repórteres com as mais diversas trajetórias de vida.

Vale ressaltar que o percurso teórico traçado está apoiado no conceito de que a televisão funciona como elemento de reforço do laço social entre os indivíduos, quer dizer, as pessoas falam sobre a televisão, sobre o que foi veiculado por ela e que o grande trunfo desse suporte sobre os demais está na utilização da imagem, porque ela cativa. Foi observado que as notícias exibidas por esse suporte e produzidas pelos jornalistas são frutos de uma construção. A realidade social não é mostrada de maneira imparcial, ela é resultado de uma série de processos como: relações com as fontes e os colegas de trabalho; a linha editorial ditada pela empresa jornalística, a subjetividade de cada agente envolvido fabricação da notícia, além de experiências e valores do repórter. Esse profissional, por sua vez, sabendo o que caracteriza uma notícia, seleciona e publica aquilo o telespectador não pôde presenciar para, assim, auxiliá-lo a ter uma visão mais ampla e completa da realidade que o cerca. É necessário lembrar que o público tem papel ativo no processo de construção das notícias, essa via não é de mão única. O telespectador tem seu próprio modo de pensar e de ver o mundo, logo, ele questiona e tensiona o que é veiculado.

A análise de discurso corrobora a noção de que o jornalismo tem papel ativo no processo de construção do mundo, por isso, essa foi a metodologia escolhida para a presente pesquisa. Tal método leva em consideração o papel do jornalista, do público bem como as maneiras de encarar o mundo, a subjetividades e ideologia de ambos. Nesse tipo de análise, o modo e recorte histórico de construção da notícia são levados em conta, assim como a interpretação do telespectador - que está na outra ponta do processo comunicativo - também é de extrema relevância. Ou seja, o discurso se faz valer pelo diálogo entre diversas vozes. A análise de discurso traz dois conceitos importantes para esse trabalho: a paráfrase, que é a “cristalização” e permanência de um sentido, e o interdiscurso, que mostra que o que é dito e afirmado hoje tem um histórico anterior ao aqui e agora. Essas duas concepções foram observadas com clareza nas reportagens, visto que apesar de decorridos seis anos, dos repórteres terem qualificações e experiências diferentes e estarem

dispersos em diferentes continentes e capitais, foi possível encontrar em todas as matérias sentidos que se repetiam. Essas formações discursivas precisam ser compreendidas não exatamente com o mesmo significado sendo reproduzido, mas como uma atualização no espaço e no tempo que não questiona o senso comum. Assim como a notícia não pode ser entendida como a reprodução da realidade, a identidade também não deve: ela é resultado de uma construção cultural. A linguagem atua nesse processo, porque é quem tem o poder de manter e tensionar as tipificações em relação ao outro, ela delimita o que é visto como natural e o que é compreendido como diferente. No jornalismo, o outro deve ser o foco do trabalho. O jornalista, frequentemente, se depara com uma realidade que não é a dele, por isso, para que a construção da notícia sobre o estrangeiro seja equilibrada, sem prejulgamentos ou reforço de tipificações do senso comum, é preciso que o repórter se coloque no lugar sobre quem ele fala, mas também no do público. É preciso que a alteridade seja praticada, é necessário que o jornalista esteja disposto a entender os motivos que levam a população estrangeira a agir de um determinado modo. O simples apontamento de que o outro vive de uma maneira “diferente” de como se vive no Brasil, não ajuda o telespectador a entender a complexidade da realidade social.

Ao analisar as Crônicas do Jornal Hoje e encontrar três formações discursivas predominantes, percebe-se que os correspondentes internacionais olham para a realidade em que estão inseridos como “turistas” recém-chegados a um país estranho. Apontam, julgam e se deslumbram com outro, planificam modos de vida, de pensar e de trabalhar. As falas, muitas vezes, carregadas de adjetivos, não procuram ir além, entender os porquês, e acabam reforçando tipificações e estereótipos de senso comum. É válido destacar que cinco das seis matérias analisadas deram espaço a sonorais. Contudo, apesar de contarem com a presença de mais de um locutor, nota-se que aquilo que é enunciado pelas fontes e pelo repórter é uníssono, ou seja, monofônico no plano das ideias. Mesmo olhando de forma muito rápida é possível deduzir que elas são falsamente polifônicas, mas apenas um estudo sobre os enunciadores poderia confirmar essa observação preliminar.

Ao trabalhar calcado no “eu”, o jornalismo peca, porque fecha os olhos para a diversidade que compõe o mundo e mostra essas outras localidades tendo como padrão de comportamento a realidade brasileira, que é diferente, por exemplo, da

japonesa - por não ter os mesmos costumes - ou da portuguesa - visto que a história brasileira é muito recente. As reportagens estereotipam, planificam as populações e perpetuam junto ao telespectador brasileiro um modo superficial de lidar e enxergar o outro.

REFERÊNCIAS

- BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/educação: aproximações. In: HAMBURGUER, Esther; BUCCI, Eugênio. **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. Contribuições de Bakhtin às teorias do discurso. In: Carlos Alberto Faraco; Cristovão Tezza; Gilberto de Castro. (Org.). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. 1ª ed. Campinas - SP: Editora Unicamp, 1997.
- BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à Filosofia do Jornalismo**. São Paulo Edusp, 1992.
- BENETTI, Marcia. **Análise de discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos**. In: LAGO, Cláudia; Benetti, Marcia (Orgs) Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BENETTI, Marcia. **Blogs Jornalísticos e Formações Imaginárias**. Revista ECO-Pós, Rio de Janeiro: v. 11, n. 2, p. 38-60, 2008. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/984/0>. Acessado em ago. 2015.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 28 ed. Petrópolis, Editora Vozes, 2008.
- BIRD, Elizabeth S.; DARDENNE, Robert. Mito, registro e 'estórias'; explorando as qualidades narrativas das notícias. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. 2 ed. Lisboa: Veja Editora, 1999.
- BRASIL. **Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acessado em: jul. 2015.
- BRITTO, Denise Fernandes. **O papel do correspondente internacional na editoria de exterior**. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/53839095583440982036530148915888169975.pdf>>. Acessado em set. 2015.
- BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. Editora Boitempo, 1996.
- CANINI, Carlos Eduardo. **Crônica: Uma intersecção entre a literatura e o jornalismo**. CENSUPEG, Joinville, nº. 3, p. 45-55, 2014. Disponível em: <<http://revistacientifica.censupeg.com.br/ojs/index.php/RevistaCientificaCENSUPEG/article/view/158/61>>. Acessado em ago. 2015.

DIONÍZIO, Priscila Martins. **O encontro com o outro no processo de produção do jornalismo**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – V.4, n.1. jul 2010. Disponível em:
< <http://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/159> >

FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. A atualidade dos gêneros jornalísticos na imprensa brasileira contemporânea. In: MENEZES, Francisco. **A comunicação, o social e o poder: cultura, complexidade e tolerância**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

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

HAGEN, Sean. **A Emoção como estratégia de fidelização ao telejornal: um estudo de recepção sobre os laços entre apresentadores e telespectadores do Jornal Nacional**. 2009. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

HAGEN, Sean. **O casal 20 do telejornalismo e o mito da perfeição: como a mídia constrói a imagem dos apresentadores Fátima Bernardes e William Bonner**. Porto Alegre, UFRGS, 2004. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2004. Disponível em:<<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/6881/000491759.pdf?sequence=1>> Acessado em jul. 2015

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro. DP&A Editora, 2011.

HISTÓRIA DO JORNAL HOJE: Conheça as diferentes fases do telejornal ao longo dos anos. Jornal Hoje. Globo.com. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/04/historia-do-jornal-hoje.html>>. Acessado em: agosto, 2015.

LAGO, Cláudia. **Ensinamentos Antropológicos: a possibilidade de apreensão do Outro no Jornalismo**. Brazilian Journalism Research – Vol. 6, Nº 1, 2010. Disponível em: < <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/253/252>>. Acessado em jun. 2015.

MARQUES DE MELO, José Marques. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2º edição. Petrópolis: Vozes, 1985.

MOTTA, Luiz Gonzaga. O que faz um acontecimento ganhar estatuto de notícia? In: PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.

MORRONE, Giuliana. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por iaremasoares@gmail.com em 6 de nov. 2015.

ORLANDI, Eni Ouccinelli. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 5. ed. Campinas: Pontes, 2003.

ORLANDI, Eni. **Discurso, imaginário social e conhecimento**. Brasília: Em Aberto, ano 14, n. 61, jan./mar. 1994.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo. Editora Brasiliense S.A, 1996.

SERRA, Paulo. **O princípio da credibilidade na selecção da informação mediática**. BOCC. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-selecao-informacao.pdf>> Acessado em jun. 2015.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: **Identidade e diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais**. Tomaz Tadeu da Silva (org.). Stuart Hall, Kathryn Woodward. 13.ed. Petrópolis, Editora Vozes, 2013.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia**. Petrópolis. Editora Vozes, 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são**. Vol. I. 2º edição. Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Revista Comunicação e Linguagens. Lisboa, Vega. N 8 1988

TUCHMAN, Gaye. **Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity**. American Journal of Sociology. Vol. 77, n. 2, 1972.

URE, Mariano. **A função pública do jornalista: da imparcialidade à coesão social** Estudos em Jornalismo e Mídia - Ano V - n. 2 pp. jul./ dez. 2008. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n2p113/10190>>. Acessado em jun.2105

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: Uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Editora Ática. 1996.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria críticas das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual**. In: Identidade e diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais. Tomaz Tadeu da Silva (org.). Stuart Hall, Kathryn Woodward. 13.ed.Petrópolis, Editora Vozes, 2013.