



Mancha no telejornalismo: cobertura dos áudios da Operação Lava Jato no Jornal Nacional

Thais Barbosa de Almeida, Adriana Baggio

► To cite this version:

Thais Barbosa de Almeida, Adriana Baggio. Mancha no telejornalismo: cobertura dos áudios da Operação Lava Jato no Jornal Nacional. Congrès Ibérique de Sémiotique, Universidade Nova de Lisboa, Nov 2017, Lisboa, Portugal. <hal-04288979>

HAL Id: hal-04288979

<https://hal.science/hal-04288979v1>

Submitted on 16 Nov 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization



A MODA A SERVIÇO DO TELEJORNALISMO: O PAPEL DO VESTUÁRIO NA CRIAÇÃO DE SENTIDO DO JORNAL NACIONAL

THAIS BARBOSA DE ALMEIDA
ADRIANA TULIO BAGGIO

Universidade Federal do Paraná – UFPR

Resumo

Este artigo é uma continuação do trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social-Jornalismo apresentado na Universidade Federal do Paraná (UFPR) em junho de 2017 sob o título *A informalidade formalizada: uma análise semiótica do novo formato do Jornal Nacional*. Durante a observação de um corpus formado por 11 edições do Jornal Nacional, exibidas entre junho de 2014 e fevereiro de 2016, percebemos que o vestuário dos atores do telejornal é um elemento importante na construção de papéis específicos no Jornal Nacional. Nesta comunicação, pretendemos detalhar o papel do vestuário dos atores do telejornal na criação de sentido do telejornal a partir da semiótica discursiva.

Palavras-chave: telejornalismo; Jornal Nacional; semiótica discursiva; moda.

1. INTRODUÇÃO

O *Jornal Nacional* é o telejornal mais assistido pelos brasileiros¹ e o mais antigo do país a ainda ser exibido. Sua história começa no dia 31 de setembro de 1969, como o primeiro jornal televisivo a ser exibido a nível nacional. A história de quase 50 anos o torna uma referência no telejornalismo brasileiro, influenciando, assim, a criação de outros programas jornalísticos. Podemos dizer que a proposta estética criada pelo *Jornal Nacional* é uma espécie de modelo para o telejornalismo brasileiro e esse modelo passa pela escolha do vestuário dos telejornalistas.

A preocupação com a moda neste âmbito começa oficialmente em 1983, quando o *Jornal Nacional* começa a receber reportagens de todo o Brasil. Com o desenvolvimento das praças regionais foi preciso criar um padrão de qualidade repassado através de cursos e palestras. Uma das orientações era:

«As apresentadoras não deveriam usar blusas de alça ou com grandes decotes. Deveriam evitar jóias e bijuterias grandes demais, ostensivas e brincos pingentes e brilhantes. Os apresentadores não poderiam usar paletós nos tons branco e gelo e deveriam evitar gravatas lisas ou de acetato, que faiscavam no vídeo» (Memória Globo, 2004, p. 150)

É curioso notar que, mesmo com várias mudanças através do tempo, cada novo formato do *Jornal Nacional* ainda segue as mesmas regras de etiqueta de moda. Esse padrão dentro do telejornalismo é tão rígido que um desvio é capaz de criar comentários entre os telespectadores, como, por exemplo, em um caso recente protagonizado pela repórter correspondente na Itália, Ilze Scamparini. Em março de 2016, ao noticiar um atentado terrorista na Europa, a jornalista usava um par de óculos azuis. O simples acessório foi capaz de criar comentários nas redes sociais digitais como: «A repórter Ilze Scamparini saiu de uma festa de casamento e esqueceu de tirar o adereço» ou ainda «Ilze Scamparini, minha filha, coloca um óculos decente pra dar uma notícia séria como essa»².

¹ Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2014. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>. Acesso em 29/05/2016. Observação: a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 não fez essa mensuração.

² Repórter internacional da *Globo* leva bronca por óculos extravagantes. Publicado em 22/03/2016, <http://entretenimento.r7.com/blogs/keila-jimenez/2016/03/22/reporter-internacional-da-globo-leva-bronca-por-oculos-extravagantes/>. Acesso em 31 de outubro de 2017.



FIGURA 1. Ilze Scamparini usa óculos azuis no Bom Dia Brasil

Fonte: Captura de tela. Edição 22/03/2016, Bom dia Brasil.

Esses comentários nos são úteis para exemplificar como, no imaginário coletivo, a roupa do repórter deve ser «séria», «contida». Como já pudemos demonstrar em nossa pesquisa anterior (Almeida, 2017), a preocupação com a escolha do vestuário dos atores do telejornal colabora para a construção do discurso do formal no *Jornal Nacional*. A hipótese deste artigo é a de que, mais do que isso, cada vestuário que aparece no telejornal colabora para um efeito de sentido diferente e que as peças de roupa fazem parte dos elementos cruciais para compreender o papel e o discurso de cada ator. Nossa análise é baseada em um *corpus* de 11 edições do *Jornal Nacional*, que engloba programas antes e depois da mudança de formato de abril de 2015, e nos preceitos da semiótica discursiva (Barros, 2005; Courtés, 1991, 1993; Greimas, 1984, 1993; Lasbeck, 2005).

1. Repórter: a roupa como forma de diferenciação

O telejornalismo brasileiro tem como uma das marcas o reforço da imagem do repórter. Além da *voz-off*, o repórter participa da construção de uma reportagem aparecendo diretamente na tela, o que no telejornalismo é chamado de *passagem*. Essa parte da reportagem geralmente é filmada com o repórter em primeiro plano, acompanhado de um cenário, muitas vezes exterior. Por isso, no senso comum, temos reforçada a imagem do repórter como uma profissão que «vai às ruas», que «vai ao encontro da notícia». O que nos chama atenção é os repórteres vestirem camisa social, gravata, terno, *tailleurs*: *itens* associados à «vida de escritório», a um «espaço interno». Ou seja, eles vestem roupas que, para efeitos de análise, chamaremos de «formais», mesmo que estejam em um espaço exterior, comum.

Para exemplificar isso, analisaremos a reportagem «Prefeitura de SP recebe indenização de cerca de R\$ 47 milhões do Deutsche Bank», exibida na edição de 10 de dezembro de 2014, no *Jornal Nacional*. Na parte em que o repórter aparece na frente da tela – *passagem* – temos em segundo plano a movimentação de vários veículos, a estrutura de uma grande ponte urbana, sistemas de controle de trânsito e uma pequena parte em que aparecem árvores. Todos esses elementos juntos fazer parte de um imaginário de uma grande cidade, caótica, desorganizada, desenfreada. No primeiro plano, encontramos um repórter que veste um paletó preto, uma camisa branca e uma gravata vermelha com traços azuis.



FIGURA 2. Imagem típica de um repórter durante uma *passagem*

Fonte: Captura de tela. Edição 10/12/2014, *Jornal Nacional*.

Dessa maneira, o repórter parece se distanciar do resto do cenário e ganhar um tom de superioridade, a aura de diferenciação. Mesmo na rua, um lugar comum, cotidiano, o repórter usa terno e gravata e assim se separa dos outros passantes. A preocupação com a qualidade da vestimenta é utilizada como um meio para se diferenciar do resto da população e do cenário.

Com esses elementos, é possível identificar a oposição entre o *arrumado* e o *bagunçado*, o interno e o externo, o desordenado e o ordenado. É como se o repórter, então, representasse uma certa organização no meio do caos. Ele se transforma em uma representação da notícia, do certo, do formal, da verdade manifestada através da roupa com cores neutras e linhas retas.

Para organizar nosso pensamento, utilizaremos a estrutura gráfica do plano de expressão e plano de conteúdo. Assim, opondo-se plano de expressão (P.E.), «(...) plano onde as qualidades sensíveis que possuem uma linguagem para se manifestar são selecionadas e articuladas entre elas por variações diferenciais»

(Floch, 1990, p. 9) e plano de conteúdo (P.C.), «(...) onde a significação nasce das variações diferenciais» (Floch, 1990, p. 9), temos que:

P.E. MEIO URBANO X REPÓRTER COM TERNO

P.C. CAÓTICO X ORDENADO

Como já vimos, a roupa utilizada faz parte do padrão de vestuário criado pela *Rede Globo*. Mesmo que não ciente disso, o telespectador sabe que há certo contrato visual. Prova disso é a reportagem «Médicos alertam mulheres para risco de usar calça jeans justa demais», exibida no dia 23 de junho de 2015. Nela, o repórter Roberto Kovalick brinca: «A calça *jeans* conquistou o mundo porque é resistente e confortável, tanto que tem muito repórter de TV por aí que só usa a parte de cima do terno. Por baixo, a boa e velha calça *jeans*» (Kovalick, 2015).

O efeito de humor presente no discurso de Kovalick funciona porque há, no senso comum, uma expectativa de que um repórter se vista com o terno completo, seguindo um certo padrão de etiqueta de moda. A calça *jeans* é um *item* tão casual e básico que, ao ser usada por um repórter, parece representar uma quebra de expectativa, uma quebra de discurso visual.

É interessante ainda notar o caso de alguns novos repórteres do *Jornal Nacional*, como Felipe Santana. Eles inauguram um novo tipo de texto em uma reportagem televisiva e, ao mesmo tempo, não seguem um padrão específico de roupas. Em «Inflação pesa mais para idosos do que para o resto da população» (15/10/2015), por exemplo, Santana aparece com uma camisa azul dobrada até os cotovelos e uma calça *jeans*, uma combinação que chamaremos de «casual». Ou seja, com o discurso leve e descontraído, é permitido à Santana uma roupa mais leve e descontraída.



FIGURA 3. Novo repórter, novo código de vestimentas

Fonte: Captura de tela. Edição 15/10/2015, *Jornal Nacional*.

Aqui temos um exemplo de como o código do vestuário tem ligação com o discurso evocado pelo texto falado. Percebe-se que valores como «formal» e «casual» são passíveis de serem construídos através do código de vestimentas usados pelos repórteres, tornando-se real a possibilidade de julgar o conteúdo de uma reportagem pelo o que veste o ator que a enuncia. Traremos mais exemplos dessa dinâmica nos próximos tópicos.

2. ENTREVISTADOS: A IMPORTÂNCIA SE DÁ PELA ROUPA

Na observação do *corpus*, notou-se também que a notoriedade do personagem que fala se revela nas peças de roupa que ele utiliza. Percebemos uma valorização em torno de certos atores: políticos, representantes do poder público ou do poder financeiro portam um tipo de vestimenta caracterizado como do grupo «formal» e adquirem, assim, um grau de competência maior em relação aos que se vestem com vestimentas do grupo «casual». É como se vestir camisas, terno, gravata os igualasse à figura imagética do repórter, dando ao interlocutor uma aura de importância igual ao do jornalista e, com isso, um certo grau de credibilidade ao discurso que enunciam.

A reportagem «Professores estaduais do Paraná entram em greve pela segunda vez neste ano» nos serve como exemplo para refletir sobre essa diferenciação. Em uma mesma reportagem, ouvimos e vemos o chefe da Casa Civil do Paraná e a chefe do movimento sindical dos professores do Paraná. Além da *mise en scène* criada com cuidado no caso do homem político, observamos o vestuário: paletó cinza com riscos brancos, gravata azul escura e camisa azul clara. Por outro lado, da representante sindical conseguimos identificar apenas parte de uma camiseta branca.

Mesmo sem analisar o texto falado, o texto imagético nos mostra uma diferenciação de caracterização de discurso. Vestindo um terno, esperamos do homem político uma fala elaborada, contida, enquanto que da líder sindical esperamos um discurso espontâneo, simples. Vale a pena refletir que esta não é uma diferenciação necessariamente pejorativa. A camisa branca, no caso da líder sindical, pode ajudá-la na construção da imagem de alguém «a favor do povo», a favor da simplicidade e, assim, reforçar o conteúdo da mensagem do texto falado. No plano de expressão e de conteúdo temos:

P.E. TERNO E GRAVATA X CAMISA BRANCA

P.C. ELABORADO, PENSADO X SIMPLES, NORMAL

3. APRESENTADORES: CREDIBILIDADE CONSTRUÍDA PELA ROUPA

Na mudança de formato abordada por nossa pesquisa, há uma alteração significativa na apresentação do telejornal. Depois de abril de 2015, os apresentadores do *Jornal Nacional* levantam da bancada que antes escondia a parte inferior do corpo e, por consequência, o que o jornalista estava vestindo da cintura para baixo. Essa alteração no contrato visual fez parte de um comentário humorístico de William Bonner, na edição de 29 de maio de 2015:

«Maju, eu preciso dizer o seguinte a você: nós estamos no outono, estamos em cenário novo – agora eu apareço de terno completo, ou seja, acabou aquela história da bermuda, o ‘folclore da bermuda’ foi embora –, e hoje eu enfrentei 34 graus no Rio de Janeiro. Eu pergunto, que outono é esse?» (Jornal Nacional, edição 29 de maio de 2015)

Mesmo com essa mudança brusca de comportamento corporal, não identificamos nenhuma diferença no vestuário. Temos, porém, novos elementos de análise: as partes inferiores das roupas. Nas edições analisadas, a figura masculina sempre veste terno completo e gravata, mesmo que fora do estúdio base do *Jornal Nacional* e a figura feminina, frequentemente, porta peças cuja forma é originalmente masculina (o «terninho» ou a «camisa», por exemplo) e calça, raramente saia ou vestido.

Em termos gerais, podemos dizer que a roupa usada pelos apresentadores do *Jornal Nacional* pouco varia na gama de cores e formas. Porém, nos parece importante pontuar que esse mesmo código de vestimentas é utilizado pelos entrevistados que tenham algum tipo de status social ou político – como no caso do Chefe da Casa Civil citado acima. Ou seja, para conquistar um papel de uma figura de «importância» ou munida de «credibilidade», os apresentadores usam o grupo de roupas «formal», assim como políticos e lideranças econômicas ou intelectuais. Com isso, temos mais uma prova de que o discurso visual anunciado tem relação com a posição que o ator ocupa dentro do telejornal, tal como os valores que são associados ao vestuário.

4. QUEBRA DE PADRÃO: O EXEMPLO DA PREVISÃO DO TEMPO

No modelo de previsão do tempo estreado em 2015 pelo *Jornal Nacional*, Maria Júlia Coutinho apresenta, ao vivo, as notícias do tempo. Chama a atenção a que-

bra de padrão visual que ela representa em termos de escolha vestimental. Ao contrário do recomendado para os repórteres, Coutinho não é obrigada a esconder os braços ou a não utilizar acessórios chocantes, por exemplo. Maria Júlia Coutinho, por outro lado, aparece frequentemente com vestidos coloridos, saias curtas, braços de fora, etc.

Temos, como exemplo, o bloco da previsão do tempo apresentado em 27 de abril de 2015, dia em que o *Jornal Nacional* inaugura um novo formato de apresentação do telejornal. A jornalista veste um vestido laranja na altura do joelho, sem mangas, um cinto preto na cintura, brincos dourados de argola e uma sapato alto preto e aberto.



FIGURA 4. Exemplo do vestuário usado por Maju

Fonte: Captura de tela. Edição 27/04/2015, *Jornal Nacional*.

No texto falado, como já trabalhamos em pesquisa anterior (Almeida, 2017), identifica-se a alta frequência de uso de figuras de linguagem, jogos de palavras e piadas. Outro elemento que não pode deixar de ser mencionado é que a jornalista é frequentemente evocada com o apelido de «Maju». Isso nos faz notar que, ao redor dessa nova apresentação da previsão do tempo, há um discurso que podemos classificar como «informal». Ao mesmo tempo, vemos uma jornalista com um código de vestimenta do grupo «casual». Assim, como no caso dos «novos repórteres», observa-se uma mudança de padrão nas roupas aliada a uma mudança no discurso falado.

4. CONCLUSÃO

Como pudemos perceber, o *Jornal Nacional* se apropriou de um código já existente na sociedade, com os padrões de roupas «formais» ou «casuais», para vestir seus atores, mas elaborou regras capazes de criar sentidos novos dentro do telejornalismo. Sentidos que já se tornaram culturais, uma marca do telejornalismo brasileiro e, ainda, um universo de expectativa no telespectador.

Identificamos no *corpus* a presença majoritária de roupas do grupo «formal», caracterizadas pela presença de linhas retas, cores sóbrias e formas rígidas (como no caso do terno). Esses elementos incitam o belo clássico e parecem ajudar na aparência de equilíbrio e sobriedade do telejornal, especialmente no caso dos apresentadores.

A principal contribuição desta pesquisa é a identificação de uma ligação entre o discurso falado e a roupa que veste o ator. Percebemos que a escolha do vestuário, então, passa a ter um papel na própria leitura do discurso pelo receptor da mensagem. Podemos dizer que um jornalista «mal vestido», dentro do telejornalismo brasileiro, pode ser interpretado como menos competente e seu discurso como menos relevante.

Se quisermos continuar esta pesquisa, podemos ainda analisar a presença de um vestiário realmente feminino dentro do universo do *Jornal Nacional*. Tendo em mente os resultados da pesquisa de Adriana Baggio (2014) e a observação do *corpus*, temos a impressão de que as peças de roupas usadas pelas mulheres são adaptações das roupas dos homens – terninho, camisa, calça. A única exceção clara é a de Maria Júlia Coutinho, a quem é permitido o uso de um vestuário puramente feminino. Porém, no imaginário coletivo, a «garota do tempo» tem mais a competência de ser bela do que de ser competente intelectualmente. Uma hipótese a ainda ser investigada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, T. (2017) *A informalidade formalizada: uma análise semiótica do novo formato do Jornal Nacional*. Trabalho de conclusão de curso. Comunicação Social – Jornalismo, Universidade Federal do Paraná.
- Baggio, A. (2014). *Mulheres de saia na publicidade: regimes de interação e de sentido na construção e valorização de papéis sociais femininos*. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
- Barros, D. (2005). *Teoria semiótica do texto*. São Paulo: Editora Ática.
- Courtés, J. (1991). *Analyse sémiotique du discours: de l'énoncé à l'énonciation*. Paris: Hachette.

Floch, J. (1990). *Sémiotique, marketing et communication: sous les signes, les stratégies*. Paris: Presses Universitaires de France.

Greimas, A., Courtés, J. (1993). *Sémiotique : dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris: Hachette.

Greimas, A. (1984). Significação. *Revista Brasileira de Semiótica*, no 4.

Iasbeck, L. (2005). *Método semiótico*. In J. Duarte., A. Barros (org.), *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas.

Corpus da pesquisa (links para acesso às edições do *Jornal Nacional*)

14/06/2014 (sábado)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/3420307/programa/>

01/08/2014 (sexta-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/3536930/programa/>

02/10/2014 (quinta-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/3670206/programa/>

10/12/2014 (quarta-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/3822975/programa/>

17/02/2015 (terça-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/3973684/programa/>

27/04/2015 (segunda-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4139254/programa/>

23/06/2015 (terça-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4273310/programa/>

19/08/2015 (quarta-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4406318/programa/>

15/10/2015 (quinta-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4540940/programa/>

04/12/2015 (sexta-feira)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4655486/programa/>

13/02/2016 (sábado)

Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4810806/programa/>