



## Crítica

### A LINGUAGEM DOS ÂNCORAS NO JORNAL NACIONAL

Roberto José Ramos <sup>1</sup>

**RESUMO:** O Jornal Nacional (JN), da Rede Globo de Televisão, é o mais tradicional e o mais importante telejornal do Brasil. Apresentou, no ano passado, algumas transformações básicas, que influenciaram as práticas linguageiras dos seus Âncoras. O que será estudo, neste artigo, através da Semiologia, de Roland Barthes

**PALAVRAS-CHAVE:** *Telejornal. Poder. Âncora. Semiologia.*

**ABSTRACT:** The Jornal Nacional (JN), the Globo TV, is the most traditional and the most important television news Brazil. Presented last year, some basic changes, which influenced the language practices of its anchors. What will study in this article through the semiology of Roland Barthes

**KEYWORDS:** *Television News. Power. Anchor. Semiology.*

---

<sup>1</sup> Professor PhD em Ciências da Comunicação - Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PUC-RS)  
E-mail: rr@puccrs.br

A TV Globo foi inaugurada em 26 de abril de 1965. Antes, em 1962, assinou um contrato com o grupo norte-americano Time-Life, que se estendeu até 1969. Recebeu 5 milhões de dólares na transação. Descumpriu o artigo 160, da Constituição vigente, que, na época, proibia a presença de capital estrangeiro em Mídia, que fosse fruto de concessão estatal.

O ilícito foi comprovado por uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) no Congresso Nacional. Os militares, que chegaram ao Poder, em 1964, e se perpetuaram até 1985, não tiveram maiores dificuldades. Resolveram o impasse. Desconsideraram o texto constitucional. Bastou uma assinatura do então presidente, Costa e Silva, e todos ficaram bem. Foi legalizada a situação da Globo.

Os militares optaram pelo modelo neocolonial da Atualização Histórica. Internacionalizaram o mercado interno. Implantaram uma modernização tecnológica à custa de empréstimos, contraídos junto ao capital estrangeiro. O aparente progresso foi alcançado, com o pecado original da dependência.

Sem apoio popular, a Ditadura Militar necessitava de uma grande Mídia, para promover a integração nacional, bem como a sua legitimação. A TV Globo assumiu este papel de vender, aos brasileiros, a certeza de que tudo estava muito bem, às mil maravilhas. Não poderia ser melhor.

Mais do que a dimensão quantitativa (5 milhões de dólares) a emissora se apropriou do modelo televisivo da Time-Life. Instalou a sua Central de produção no Rio de Janeiro, em uma cidade, com importância histórica e cultural, para o país. Assumiu, ainda, outras duas teses norte-americanas, vigentes na época. Desenhou-se, como uma rede de Televisão mista, tendo as suas próprias concessões e com emissoras afiliadas. Tal perspectiva visava a ter autonomia de substituir canais, em caso de perda de algum, sem ter, que, neste particular, comer pelas mãos do Estado.

A terceira tese observava a necessidade de ter um telejornal, antecedido e sucedido por programas de grande audiência. Foi o que fez a Globo. Em 1970, conseguiu 80 pontos de audiência, com a telenovela *Irmãos Coragem*. Cercou o *Jornal Nacional (JN)*, com telenovelas, constituindo o seu horário-nobre, que persiste até hoje.

O então diretor-presidente da Globo, Roberto Marinho (1988, p. 17), hoje, falecido, explicava a liderança, por intermédio da “competência”:

A posição hegemônica, alcançada pela Rede Globo, foi obtida em função de ela ser uma empresa, que se preocupou com planejamentos, investimentos e orçamentos a longo prazo. Optou por uma administração profissional e não pessoal, não preocupada com o aqui e agora. Essa hegemonia não foi consentida: foi conquistada por uma empresa em que o dono reinvestiu 100% dos lucros durante 14 anos. A opção de produzir (internamente) a maior parte de nossa programação, ainda que mais cara, parece ter sido correta: é só conferir os índices de audiência da Globo (...)

A Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações), criada em 1967, se filiou ao Consórcio de Satélites Intelsat, dos Estados Unidos. Viabilizou, inicialmente, a transmissão direta de televisão, para São Paulo e Rio de Janeiro e, depois, para os demais Estados. O que viabilizou a integração cultural e ideológica via as imagens televisivas.

Em 1919, o jornalista e romancista Lima Barreto (1956) comentou que os jornais cariocas apresentavam as mesmas manchetes sobre a greve. Parecia que os seus editores se reuniram, e deliberaram uma abordagem consensual – um discurso único, de expressão totalitária.

A observação pode não ter se perdido na volúpia do tempo. Basta termos a paciência, para assistirmos a alguns telejornais, no horário nobre. Encontramos, tal qual Lima Barreto, o totalitarismo do sentido. Um parece ser *replay* do outro, com uma moldura de mesmice.

As notícias se repetem, com um esmero quase perfeito. Os textos, as imagens e as abordagens ditam uma única lógica, em seu monologismo de Linguagem. Parecem serem todos frutos da mesma árvore ideológica. Têm o mesmo sabor linear e padronizado.

Quando transitamos pela divindade do Controle Remoto, podemos conviver com o signo da unilateralidade do sentido. Temos, na diversidade imaginária do *Jornal do SBT Primeira Edição*, do *Jornal da Gazeta*, do *Jornal da Band*, do *Jornal Nacional* e

do *Jornal da RedeTV*, uma unidade simbólica. É o Socioleto, podendo evidenciar uma vocação incontestável, para a reprodução do hegemônico.

Canclini (1995) sustenta que o Telejornalismo tem um sentido muito particular, para os brasileiros. Representa um Lugar de Referência, que se assemelha à importância da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo.

Analisando o *JN*, Coutinho (2009, p. 77-78) chegou a algumas conclusões relevantes. Ele oferece, aos telespectadores, “micronarrativas, de caráter privado, tornadas comuns e/ou partilhadas a partir de sua suposta semelhança com as vivências do público. Mais do que se configurar como um efetivo serviço público do qual os telespectadores poderiam participar, como cidadãos, com possibilidades de exercer o seu direito de comunicação, o programa se estrutura como uma forma de consumo, privado, de modelos e estratégias, para a (com)vivência em uma sociedade capitalista”.

Culturalmente, o telejornal foi influenciado pelo Repórter Esso, em suas versões no Rádio e na Televisão. É, também, um ícone de um estilo jornalístico. Prioriza o Gênero Informativo, como digitalização de sua identidade, onde a Objetividade é uma prioridade, como uma categoria básica do Positivismo.

Na tessitura de seu repertório, o Gênero Informativo possui alguns valores, luminosamente, transparentes. Prioriza a factualidade jornalística, inscrita na Objetividade, com calibre denotativo. É paladino de uma postura neutral, inibidora das vírgulas emocionais da subjetividade.

Tal perfil é habitado pelos traços culturais do Positivismo. Reproduz alguns dos procedimentos deste paradigma na atividade científica. Mostra e demonstra a realidade, verificável, através da impessoalidade do objeto. Com tal filosofia jornalística, o *JN* adquire a postura antagônica a outros estilos jornalísticos. É, por exemplo, o contraditório, a priori, do Sensacionalismo.

Na aparência, é avesso ao Sensacionalismo. Singulariza-se pelo seu pioneirismo, pela sua tradição, estilo jornalístico e pelo seu oficialismo. São as marcas digitais de sua identidade, inscrita no curso de três décadas. Entrou no ar em 1º de setembro de 1969, na Rede Globo de Televisão. Foi o primeiro telejornal em rede do país, fruto dileto de uma circunstância histórica.

O general e presidente, Emílio Garrastazu Médici (1985, p. 401) nutria uma grande admiração pelo telejornal:

Sinto-me feliz, todas as noites, quando ligo a televisão, para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em vários países do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se eu tomasse um tranquilizante após um dia de trabalho.

O *JN* nasceu e floresceu sob o signo da ditadura militar aos auspícios da logomarca do "Milagre Brasileiro". Conectou os quatro cantos do país pelas amarras tecnológicas dos satélites. Construiu, em sua imagem, um Brasil Novo, homogeneizando os traços dos brasis, não catalogados na amplitude das particularidades geográficas.

A sua intimidade com a Ditadura Militar impediu de nomeá-la ao longo de sua vigência. Foram parceiros do projeto Brasil Novo, pintado pela modernidade tecnológica, pela concentração de renda e pela dependência do capital internacional. Em nome disso, silenciou durante 16 anos. Só falou em "Ditadura Militar", quando Tancredo Neves se fez presidente no Colégio Eleitoral em 1985.

125

O vice-presidente das Organizações Globo, João Roberto Marinho (2004, p. 11), afirma o caráter inovador do telejornal:

(...) Herdeiro de uma tradição, o *Jornal Nacional* foi também o criador de uma nova linguagem jornalística no Brasil. Inspirados no modelo americano, profissionais, como Armando Nogueira e Alice-Maria, souberam tropicalizá-lo, afastando-se do modelo radiofônico, a que ainda se apegavam os telejornais de então. No *JN*, palavra e imagem tiveram, desde o início, a mesma importância (...).

A citação de Marinho parece que tenta solucionar um impasse de consciência. É a procura de revisitar o passado, com o eufemismo dos depoimentos dos seus funcionários e dos seus ex-funcionários. Articulou discursos de encomenda, para tentar mentir para si mesma. Os signos podem representar a história, mas não a reeditam.

Na década de 70, as greves dos metalúrgicos do ABC, em São Paulo, eram ignoradas. Não tinham espaço no *JN*. A liderança de Luiz Inácio *Lula* da Silva era quase ficção. A sua oposição à Ditadura Militar desagradava à Globo, que prosseguia fiel aos militares, mesmo com o término da censura.

*Lula* e Leonel Brizola, como líderes da oposição, não possuíam voz na Globo. Não podiam aparecer. Eram falados, mas não falavam. “Quando o país começou a se democratizar, a resistência da Globo, às mudanças, ficou clara lembra Brittos (2005, p. 53).

Em 28 de outubro de 2002, *Lula* estava na bancada ao lado dos âncoras. Vencera a eleição presidencial de José Serra, do PSDB. “Participou durante 75 minutos da transmissão do Jornal Nacional, da Globo. Em vários momentos foi chamado de ‘batalhador’, ‘carismático’ e ‘o barbudo, que não assusta mais’ (Porcello, 2008, p. 68).

O Caso Proconsult não se encerra, com a publicação de uma versão. É uma das impressões digitais de um pretérito bem conhecido e reconhecido. A Globo tentou fraudar o resultado eleitoral, de 1982, quando Brizola e Moreira Franco disputavam a governança carioca. O seu matemático Osvaldo de Souza diante das denúncias de Brizola, recuou. Prognosticou um empate. A diferença ficou em 178 mil e 536 votos.

“Tudo na Globo é tendencioso e manipulado. Não reconheço à Globo autoridade em matéria de liberdade de Imprensa, e, basta, para isso, olhar a sua longa e cordial convivência com os regimes autoritários e com a ditadura, de 20 anos, que dominou o nosso país”. Foi um trecho do exercício do direito de resposta do ex-governador do Rio de Janeiro, Leonel Brizola, lido pelo locutor Cid Moreira, na edição de 15 de março de 1994. Brizola fora acusado no Jornal Nacional, de “declínio da saúde mental” e “deprimente inaptidão administrativa”.

Durante o governo de José Sarney, quando a inflação batia o teto dos 80%, ao mês, o *JN* conseguia produzir a sua legitimação. Divulgava-a, como rendimento da Caderneta de Poupança. Fazia de um limão podre, uma limonada. Era uma bela lição de Eufemismo; azar do Jornalismo.

O verbo mistificar parece ser uma das escolhas léxicas, preferidas pelo telejornal. As lentes míopes, ou biônicas de suas câmeras, não quiseram captar a Campanha das Diretas Já. A mobilização popular parecia não fazer coro com o seu tom de Voz do Brasil, na dimensão televisiva.

Não é apenas o passado, que condena; o presente, também. Em 10 de setembro de 2005, a Polícia Federal prendeu o político Paulo Maluf e o seu filho Flávio, por corrupção, formação de quadrilha e lavagem de dinheiro na capital paulista. A cena mostrou o repórter, César Tralli, com o uniforme da Polícia Federal. Não importa qualquer consideração ética. Vivemos em um país, que, cotidianamente, banaliza práticas aéticas, sem solenidade, nem ritual.

A indiferença pode, talvez, fazer a diferença. A denotação da cena, ao ser desconsiderada, abre possibilidades de consideração da conotação, em seu saber simbólico. O oficialismo, após vestir o verde-oliva da Ditadura Militar, agora, parece ter trocado o figurino. Assumiu o uniforme policial. Tal metonímia tem o seu fundo de veracidade. O *JN* pode conceber-se com o Poder de mandar prender e soltar. Está acima do bem e do mal.

A Ditadura Militar terminou, mas a global parece que não. O cenário pode ser outro, mas algumas práticas podem ter sido congeladas, ou conservadas na alquimia do vinagre. A repressão parece prosseguir, carente de sentido, distorcendo o desenho do real, tentando ludibriar a vários e a qualquer custo.

O seu editor-chefe e âncora, William Bonner (2009, p. 17) escreveu o livro, *Jornal Nacional Modo de Fazer*, comemorando os 40 anos no ar. Ele é transparente em relação ao objetivo do telejornal: “O Jornal Nacional tem por objetivo mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia, com isenção, pluralidade, clareza e correção”.

Bonner (Ibidem, p. 235) especifica cinco procedimentos, para atingir a Linguagem mais adequada: ”1. Flexionar os verbos em seu tempo real. Passado é passado, presente é presente, futuro é futuro. É assim que as pessoas comuns falam. Somos pessoas comuns. 2. Utilizar termo de compreensão mais imediata, para a maioria das pessoas (...) 3. Botar adjetivos, quando necessários, depois de substantivos (...) 4. Desdobrar frases muito longas em outras mais curtas Porque uma frase longa demais é instintivamente reduzida por quem fala de forma natural, até mesmo para preservar a própria respiração (...) 5. Evitar a intercalação de orações – e procurar construí-las na ordem direta” (...)

Ainda, Bonner afirmou que uma pesquisa, realizada pela Globo identificou “o perfil médio do Jornal Nacional. Seria um sujeito preguiçoso, burro e que adora ficar no sofá, assistindo TV, comendo rosquinhas e bebendo cerveja. Ou seja, alguém parecido com Homer, o famoso personagem da série *Os Simpsons*” (<http://observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?>, 2010, p. 1).

A identificação parece plausível por um lado. Fixa, pela analogia com *Os Simpsons*, uma realidade cultural. É a influência norte-americana, projetada na culpa do “telespectador médio”, modelo e no estilo do telejornal. Por outro lado, parece justificar

a qualidade e a carência de qualidade do Telejornalismo praticado, projetando-as no telespectador.

Na tessitura de seu repertório, o Gênero Informativo possui alguns valores, luminosamente, transparentes. Prioriza a factualidade jornalística, inscrita na Objetividade, com calibre denotativo. É paladino de uma postura neutral, repressora da subjetividade.

Tal perfil é influenciado pelo Positivismo. Reproduz alguns dos procedimentos deste paradigma na atividade científica. Mostra e demonstra a realidade, verificável, através da impessoalidade do objeto. Com tal filosofia editorial, o *JN* adquire a postura antagônica a outros estilos jornalísticos. É, por exemplo, na aparência, o contraditório do Sensacionalismo.

### **Efeitos Simbólicos**

A partir de 27 de abril de 2015, o JN experimentou a sua transformação mais significativa no curso de sua história. Os âncoras, William Bonner e Renata Vasconcellos, passaram a ter um telão à sua frente, para que, de pé, pudessem interagir com os demais repórteres e garotas do tempo.

O conceito de Âncora parece permanecer cercado por uma pluralidade de sentido. É entendido de diferentes maneiras. Apresenta uma complexidade. Pode dizer muitas coisas, similares e antagônicas, com o uso de somente uma palavra, tal a sua polissemia.

A palavra Âncora possui a sua referencialidade, relacionada com os portos. É um instrumento, com peso e formato adequados, para fixar as embarcações dentro da água, concedendo-lhes estabilidade. Em termos simbólicos, adquire um conjunto de possibilidades de sentido. Caracteriza a base, a firmeza, a solidez. Pode, ainda, emblematizar a credibilidade, a segurança e a fidelidade.

Nos Shopping Centers, é comum o uso da expressão loja Âncora. Refere aquela que apresenta uma importância singular em determinado andar ou área. Isso acontece, devido à sua localização, às vezes, de um extremo ao outro ou pelo espaço, que ocupa. Também, na Internet, o termo se reproduz. Qualquer link e hiperlink recebe, por vezes,

o sinônimo de Âncora. É o item, que remete a um determinado texto ou a um determinado conteúdo, ou seja, tem uma noção de alteridade.

Na Mídia eletrônica, por exemplo, a imagem televisiva oferece uma pluralidade de significação. É quase caótica, como mensagem. Necessita do som, que é redutor. Singulariza e afirma o significado. Desempenha, com isso, o papel de ancorar, ou seja, de estabelecer o sentido, conforme Barthes (1988).

Tais recursos parecem ganhar mais pertinência, com o advento do Jornalismo, como atividade empresarial. A crescente padronização, experimentada, a partir do século XX, é validada pelo mercado, com a maior exigência de massificação.

Todo e qualquer recurso, que indique o sentido e a valoração da mensagem jornalística, tem uma lógica. Está associada às práticas de Ancoragem. Contribui, para uma melhor compreensão do que está sendo divulgado. Busca facilitar a decodificação do receptor.

Por vezes, se quer dizer algo e o interlocutor pode entender outra coisa. Tem outra compreensão sobre o que foi dito. A linguagem convive com as possibilidades comuns de obscuridade. Opera na multiplicidade dos significados, que rodeiam palavras, imagens e gestos. O processo de Ancoragem adquire essencialidade, para a produção de sentido.

Ancorar é estabelecer a significação, de acordo com Barthes (1988). É o que faz, tradicionalmente, a legenda em relação à fotografia. Singulariza o sentido, especificando-o. Tal prática, oriunda, inicialmente, da Mídia impressa, parece ganhar maior visibilidade, no momento, na Mídia eletrônica.

Squirra (1993) estipula dois modelos de Âncora. O Tradicional, norte-americano, trabalha duas funções. É o editor-chefe e o comunicador. Já no modelo de Casoy, há o acréscimo de uma terceira função. É a do comentarista. Além deles, temos, também, outra configuração. Preferimos denominá-la de Âncora Empírico: é o comunicador que, não sendo editor-chefe e podendo ser ou não subeditor, tem liberdade para transitar entre os Gêneros Informativo, Interpretativo e Opinativo.

Cabe, neste sentido, explicitarmos os Gêneros Jornalísticos. O Informativo tem, como objeto, a Notícia. O Interpretativo procura contextualizar o fato noticioso. É

tridimensional. Procura resgatar as dimensões do presente, do passado e do futuro. O Opinativo, por sua vez, está comprometido com a produção de juízo de valor.

O termo Âncora adquiriu notoriedade no Telejornalismo norte-americano. Surgiu identificado com Walter Cronkite, nas convenções partidárias, de 1952, em Chicago. Ele foi assim denominado pelos seus colegas de CBS. O diretor, Sig Mikelson, usou-o, referindo-se ao instrumento náutico, que dá estabilidade às embarcações. O produtor Paul Levitan o pronunciou, considerando o contexto do esporte. É o atleta, escolhido, para representar uma equipe, na corrida de revezamento.

A CBS é uma das principais redes de Televisão dos Estados Unidos. Ao lado, da ABC e da NBC compõem um triunvirato tradicional. Possui um domínio em relação aos canais abertos, considerando-se a audiência e a importância histórica.

Cronkite se notabilizou na CBS, especialmente, no *Evening News*, a partir de 16 de abril de 1962. Permaneceu até 6 de março de 1981, quando se aposentou, sendo substituído por Dan Rather. Dispunha de um público aproximado de 21 milhões de telespectadores, sendo considerado um dos jornalistas norte-americanos de maior credibilidade.

Ele era um jornalista, que desempenhava duas funções básicas. Tinha o cargo de Editor-chefe, ditando e coordenando dois processos: o de seleção – o que deveria ir ao ar e o de Organização – como deveria ir ao ar. Coordenava, também, a edição do telejornal.

Como apresentador, ele desenvolvia, prioritariamente, duas Práticas Jornalísticas. Trabalhava a Informativa e a Interpretativa. Secundária e, esporadicamente, a Opinativa, por intermédio de Editorial, com muito conhecimento e desenvoltura.

Bonner e Vasconcellos seguem o modelo norte-americano, desenvolvido, sobretudo, por Cronkite. Ele é editor-chefe; ela, editora-assistente. Contemplam os Gênero Informativo, como prioridade, e, secundariamente, o Interpretativo e o Opinativo.

## Referências

BARRETO, Afonso Henriques de Lima. **Obras Completas**. São Paulo: Brasiliense, 1956.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1993.

\_\_\_\_\_. **Ensaios Críticos**. Lisboa: Edições 70, 1971.

\_\_\_\_\_. **O Óbvio e o Obtuso**. Lisboa: Edições 70, 1988.

BONNER, William. **Jornal Nacional** – Modo de Fazer. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2009.

\_\_\_\_\_. In DOMINGUES, Sérgio. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?>, 2010 d, p. 1.

BRITTOS, Valério Cruz. “A Voz do Brasil”. **Revista Superinteressante**. São Paulo, edição 214, junho de 2005, p. 53.

CANCLINI, Nestor. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da Globalização**. Rio de Janeiro: Edufrj, 1995 d.

COUTINHO, Iluska e outros. **40 anos de Telejornalismo em Rede Nacional - olhares críticos**. Florianópolis: Editora Insular, 2009.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e Comunicação**. São Paulo: Cultrix, 2005

LACAN, Jacques. **Os Quatro Conceitos Fundamentais da Psicanálise**, O Seminário, livro 11. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

MARINHO, José In **Jornal Nacional** – A notícia que faz história. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004

MARINHO, Roberto In MELO, José Marques de. **As Telenovelas da Globo** – produção e exportação. São Paulo: Summus, 1988.

MÉDICI, Emílio Garrastazu. In “Uma Instituição Nacional”. **Revista Retrato do Brasil**. São Paulo, s. v., nº 34, p. 401, 1985.

MILNER, Jean-Claude. **A Obra Clara** – Lacan, a ciência, a filosofia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996



PORCELLO, Flávio e outros. **A Sociedade do Telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

REDE GLOBO DE TELEVISÃO, **Jornal Nacional**, 175 matérias jornalísticas, de 1997 a 1998.