
CASO CANCELLIER: uso de arquétipos na construção do discurso telejornalístico¹

Nathalia Angelo THOMASSEN²
Beatriz CAVENAGHI³
Faculdade IELUSC, Joinville, SC

RESUMO

Este trabalho apresenta a análise de 16 matérias do Jornal do Almoço, exibidas entre 14 de setembro e 02 de outubro de 2017, período correspondente à cobertura do caso Cancellier - da deflagração da Operação Ouvidos Mudos ao suicídio de Luiz Carlos Cancellier de Olivo, ex-reitor da UFSC. O objetivo da pesquisa é compreender como as escolhas narrativas verbais e não-verbais no telejornalismo influenciaram a construção do discurso jornalístico, delineando papéis desempenhados pelos personagens midiáticos.

PALAVRAS-CHAVE: arquétipos; discurso; narrativa; Cancellier; telejornalismo.

INTRODUÇÃO

Luiz Carlos Cancellier de Olivo tinha 59 anos quando, no dia 2 de outubro de 2017, se atirou do último piso em direção ao vão central do Beiramar Shopping de Florianópolis. Ele era reitor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) desde 2016. Havia sido preso no dia 14 de setembro por ser suspeito de obstruir as investigações sobre supostos desvios de recursos do programa da UAB (Universidade Aberta do Brasil), destinados ao custeio de cursos de formação de professores à distância com o repasse de bolsas por meio da Fundação Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) - vinculada ao Ministério da Educação.

Diferente do que o jornalismo normalmente propõe, essa pesquisa não vai tratar sobre o dilema ético acerca do suicídio, mas sim a construção de todas as pautas jornalísticas que trazem o ser humano como foco da narrativa, especialmente as que tendem a apresentar personagens de forma polarizada, como é o caso de notícias sobre

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Graduada em Jornalismo pela Faculdade Ielusc em 2018 | e-mail: nathalia.thomassen@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo do Ielusc. Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina | e-mail: beatriz.cavenaghi@ielusc.br.

corrupção. Após o suicídio do ex-reitor, muito se falou em crítica de mídia, no entanto, as críticas não foram feitas apenas a respeito da cobertura do suicídio, mas sim a partir da prisão de Cancellier. O ex-reitor foi manchete de muitos jornais entre os dias 14 de setembro de 2017 - data da prisão - e dia 02 de outubro de 2017 - data do suicídio. No entanto, até hoje nada foi provado contra ele.

Esta pesquisa é um recorte da monografia defendida e aprovada em dezembro de 2018 no curso de Jornalismo da Faculdade Ielusc. Tendo como objetivo compreender como as escolhas narrativas verbais e não-verbais influenciaram a construção do discurso jornalístico no Caso Cancellier, delineando papéis desempenhados pelos personagens midiáticos, este trabalho vai analisar as 16 matérias sobre o tema veiculadas pelo Jornal do Almoço, da NSC Comunicação, veiculadas entre 14 de setembro e 4 de outubro de 2017. A escolha pela análise de um telejornal se deu pois segundo a última Pesquisa Brasileira de Mídia, a televisão é o meio de comunicação mais usado pelos brasileiros para se informar, alcançando 89% da população. Esta pesquisa é um complemento de um artigo⁴ já publicado nos anais do Intercom Jr. em 2018, que teve por objetivo promover uma reflexão sobre o papel que a mídia desempenhou no desfecho do caso envolvendo o ex-reitor.

Vale ressaltar que os resultados obtidos foram alcançados por meio de uma metodologia singular, desenvolvida pela autora, com base no pensamento de Maria Immacolata Vassallo Lopes. Várias ferramentas metodológicas distintas foram agregadas a fim de se obter uma observação mais atenta do caso, em detrimento da necessidade de cumprir à risca um método já consagrado. A análise das matérias foi feita com base na linguagem verbal e não-verbal dos apresentadores e personagens. Também foi analisado o tempo dado a cada personagem, cenários e o que falam.

Essas categorias foram criadas a partir de uma proposta elaborada por Luiz Gonzaga Motta (2013) de procedimentos de análise pragmática da narrativa jornalística. O autor aplica um modelo de análise de narrativas para matérias jornalísticas em geral. Ele acredita que para a análise de um enredo único a partir de múltiplas matérias é necessário reunir as notícias diárias a fim de reconstruir uma história com enredo,

⁴ Disponível em <<http://bit.ly/intercomjunior2018>> Acesso em 8 mai 2019.

clímax e desfecho. No entanto esta é apenas uma ferramenta metodológica utilizada para pensar as categorias de análise a partir da construção da narrativa.

1. CONSTRUÇÃO DA NARRATIVA E O USO DE ARQUÉTIPOS

Sabe-se que a narrativa é muito anterior ao jornalismo. Contar histórias é uma prática que acompanha o homem desde sua origem. Segundo Cândida Vilares Gancho (1997) são várias as manifestações da narrativa humana ao longo da história: as gravações em pedra nos tempos da caverna, os mitos transmitidos de pai para filho, os dogmas da Bíblia, os filmes de cinema, as novelas, as peças de teatro, entre outros.

Foi a partir da necessidade de organizar os acontecimentos da história que a humanidade passou a “editar” os eventos e colocá-los em uma ordem, dando origem às narrativas que foram concretizadas através da linguagem (MOREIRA, 2005, p. 19).

Observando as demonstrações das narrativas humanas ao longo da história é possível perceber que mesmo diante de diferentes meios, linguagens e formatos, “possui elementos fundamentais, sem os quais não pode existir: enredo, personagens, tempo, espaço e narrador” (GANCHO, 1997). Dentre os elementos de uma narrativa, para a presente pesquisa é de suma importância entender papel dos personagens, que são fundamentais na construção das narrativas jornalísticas.

Segundo Motter (2004), os personagens podem ser divididos em heróis e vilões. Os primeiros heróis nasceram na Grécia Antiga e se situavam entre os homens e os deuses. Com o passar dos anos e a influência de diferentes períodos literários a figura do herói foi mudando, mas uma característica nunca se perdeu: “o herói se destaca dos outros homens por apresentar qualidades que o homem comum não possui, mas que admira e gostaria de possuir” (CONFORTIN e REALES, 2009, p. 20). A partir da presença sempre comum dessa característica, Joseph Campbell (1989) desenvolveu a ideia de que há uma construção do enredo dos monomitos baseada em uma fórmula, indicando que há um padrão nas narrativas mitológicas dos heróis.

Para o autor, há uma história que se repete: “um afastamento do mundo por parte do herói, uma penetração em alguma fonte de poder e um retorno que enriquece a vida”

(CAMPBELL, 1989, p. 40). Baseado em Freud e na teoria arquetípica de C. Jung, Campbell (1989) estabelece o primeiro estágio da jornada mitológica como “o chamado da aventura”, ou seja, o herói é convocado pelo destino, que lhe transfere “o centro de gravidade do seio da sociedade para uma região desconhecida”. Essa região sempre é apresentada como um local desconhecido, podendo ser um espaço físico ou psicológico, como um profundo estado onírico. Depois disso há a recusa por parte do herói, seguida da ajuda sobrenatural, a figura arquetípica da anciã ou ancião, que “representa o poder benigno e protetor do destino” (CAMPBELL, 1989, p. 76). Popularmente conhecida nos contos de fada como a fada madrinha, este personagem é responsável por auxiliar o herói na passagem pelo primeiro limiar, que seria o espaço ou momento que o separa o seu passado do início de sua aventura.

Após cruzar o limiar e iniciar a aventura, o herói começa a passar por uma sucessão de provas. Para Campbell (1989, p. 57), “essa é a fase favorita do mito-aventura. Ela produziu uma literatura mundial plena de testes e provações miraculosos”. Através dos ensinamentos do herói, é reproduzido no inconsciente coletivo determinadas simbologias que fazem com que a mente sintá-se em casa e seja capaz de se lembrar de algo já conhecido, uma vez que o inconsciente é como uma herança da sociedade. Esta é a explicação de porquê narrativas que fazem uso dessa fórmula são tão aceitas. Assim acontece com todos os personagens arquetípicos, do herói ao vilão, eles carregam uma carga simbólica capaz de reforçar papéis, como o do vilão e do mocinho, tão presentes nas telenovelas, por exemplo.

Ao encontro dessa ideia de Campbell, o jornalista Juremir Machado da Silva (2003, p. 11) defende que as narrativas nada mais são do que reproduções do imaginário, “uma rede etérea e movediça de valores e de sensações partilhadas concreta ou virtualmente”, e que é a partir dessa rede que as ideias e crenças da sociedade são moldadas.

Na narrativa jornalística não é diferente. Motta (2007) afirma que a organização narrativa do discurso midiático, ainda que espontânea e intuitiva, não é aleatória. Para ele, a narrativa está inserida em contextos pragmáticos e políticos e por isso produz certos efeitos (consciente ou inconscientemente desejados). De acordo com os estudos

de Motta (2008) a respeito da narratologia, é possível observar a formulação das narrativas jornalísticas a partir das características aqui apresentadas para a construção de narrativas ficcionais.

Em discursos ficcionais a narração é um dispositivo argumentativo evidente. Ou seja, é perceptível a presença do narrador durante o desenrolar da história. Diferente do discurso jornalístico em que o narrador precisa estar o mais distante possível. No entanto, segundo Motta (2007, p. 8), esse distanciamento é apenas uma dissimulação do próprio narrador-jornalista, que “fala como se a verdade estivesse ‘lá fora’ e [...] ninguém estivesse por trás da narração”.

Partindo desse pressuposto, é possível perceber a influência que o jornalista pode exercer sobre um acontecimento. E se é através da narrativa que a concepção de mundo é formada, objetiva e subjetivamente, é necessário refletir sobre a forma como essa narrativa tem sido criada dentro do jornalismo (MOTTA, 2007).

A partir disso, Abramo (2003) questiona sobre a possibilidade de fazer, de fato, um jornalismo isento, imparcial e neutro. Contudo, para Machado (2000, p. 111), essa subjetividade não fica evidente no telejornalismo pois mesmo quando o telejornal tenta construir a sua própria versão do fato, o que ele consegue é relativizar ou neutralizar as várias ‘versões’, jogando umas contra as outras.

Para Machado (2000), na televisão tudo é mediação, “os próprios enunciados de repórteres e protagonistas aparecem como mediações inevitáveis e como a condição sine qua non do relato jornalístico” (MACHADO 2000, p. 102). E qual o papel que esses mediadores possuem? Segundo Cogo (2016), construir uma identificação com o telespectador. Já Machado (2000) acredita que, em alguma medida, todos os enunciados dos personagens são mentirosos por reduzirem o evento a apenas um ponto de vista. Mas se esse personagem reforça um arquétipo já conhecido pelo espectador de forma inconsciente, a fonte poderá ser identificada dentro da estrutura mítica já apresentada. Dessa forma, é importante que o jornalista, também inserido no âmbito do inconsciente coletivo, se torne consciente de cada um dos arquétipos para que não os insira de forma polarizada na narrativa, afinal, diferente do que acontece nos filmes de ficção, na realidade nenhum ser humano é só vilão, ou só herói, só mentor ou só guardião.

2. O IMPACTO DA NARRATIVA NA CONSTRUÇÃO DO DISCURSO

Segundo Charaudeau (2006, p. 28), toda mensagem jornalística está carregada de “efeitos possíveis” e sempre uma parte será correspondente às “intenções mais ou menos conscientes dos atores do organismo de informação” e a outra parte será correspondente “ao sentido construído por tal ou qual receptor”, reforçando a ideia de que o discurso é resultado da interação entre o emissor e o receptor.

Charaudeau (2006, p. 39) alerta para a importância das escolhas no processo comunicativo, desde a escolha de conteúdos a comunicar até a escolha de efeitos de sentido que influenciam o outro. O autor chama isso de estratégias discursivas. E são essas estratégias discursivas, muitas vezes, que levam reportagens e notícias para o rol de conteúdos enviesados ou até antiéticos. “No âmbito da informação, isso equivale a se interrogar sobre a mecânica de construção do sentido, sobre a *natureza do saber* que é transmitido e sobre o efeito de verdade que pode produzir no receptor” (CHARAUDEAU, 2006, p. 40, Grifos do autor). Ou seja, analisar um discurso é muito além de transcrever um áudio ou traduzir um texto.

Segundo Pinto (1999, p. 22), é por meio dessa ferramenta que se torna possível “encontrar marcas deixadas pelos processos sociais”, caracterizando o analista como um detetive sociocultural. A partir dessa perspectiva pode-se pensar o discurso enquanto produto de um meio, mas também criador deste meio, uma vez que age conforme o contexto, mas também afeta o próprio contexto. Segundo Pinto (1999) na análise do discurso não importa só o que o texto diz, senão como e por que diz e mostra. É por isso que a linguagem deve ser entendida como um produto composto de inúmeros fatores, dentre eles a sintaxe e semântica das palavras, mas também o discurso, a construção de sentido e a linguagem não-verbal.

Ao criar a ilusão de que está representando o mundo de fato, a televisão acaba por desenvolver um efeito que Charaudeau (2006, p. 112) chama de “autenticação do acontecimento”. Este fenômeno faz com que o telespectador estabeleça uma relação com o que vê na televisão, ainda que este emissor não o saiba. Para entender essa

relação, é importante também pontuar a diferença entre enunciador e destinatário, apontada por Verón (2004). Ambas são entidades discursivas e passíveis de mudança, por exemplo, em discursos diferentes um mesmo emissor pode construir vários enunciadores de acordo com o alvo visado. Dessa forma construirá diferentes destinatários. Para entender o funcionamento disso na imprensa, Verón (2004) fala em contrato comunicativo⁵, aplicado *a priori* para a imprensa escrita, mas que também pode ser empregado para entender o funcionamento da construção da mensagem na televisão.

De acordo com Charaudeau (2006, p. 223), a televisão não pode ser considerada uma “máquina de fabricar ficção, mesmo que, afinal, seja isso que ela produza”. Para o autor, a televisão articula três espaços distintos, tornando o seu discurso complexo e de difícil análise. Ela possui um espaço externo, onde tudo acontece, um espaço interno, onde acontece a representação dessa realidade e um espaço interno-externo, onde se articula simbolicamente o contato entre a mídia e o telespectador. Ou seja, ao mesmo tempo em que há uma preocupação com o que está sendo exibido, também é necessário manter uma relação com o telespectador (CHARAUDEAU, 2006, p. 222-223). Eliseo Verón (2004) escreve acerca da relação entre enunciado e enunciação. O primeiro refere-se ao conteúdo, ao que é dito. Já o segundo representa a forma como é dito. Para compreender o funcionamento da enunciação, será necessário apoiar-se em conceitos da linguagem não-verbal, uma vez que o corpo também comunica.

Existem muitos trabalhos acerca da linguagem corporal, especialmente no que diz respeito a formas de categorização de cada um dos movimentos, no entanto, para este trabalho é importante analisar também o contexto em que cada signo é empregado, levando em consideração questões como onde, quando, circunstâncias e o que estava sendo dito (ou não dito) no momento em que o movimento aconteceu.

Segundo Cavenaghi (2018, p. 113), há duas formas de se compreender o corpo: 1) o sujeito que participa da geração de sentido da mensagem a partir da interação com o enunciado e 2) o corpo enunciador, que atua como uma “figura a ser observada” pelo sujeito 1. É este segundo corpo que aparece na tela da televisão como integrante de um conjunto de significantes.

⁵ Eliseo Verón utilizava o termo “contrato de leitura” pois se referia, inicialmente, ao formato impresso. Ao aplicar também na televisão, o autor começa a usar “contrato comunicativo”.

Além do corpo e da voz, tem destaque o comportamento ocular. De acordo com Davis (1979), a maneira como os olhos atuam é a forma mais sutil de todas as linguagens físicas não-verbais. “Mesmo quando o contato é efêmero, como geralmente é, a soma do tempo dedicado a olhar outra pessoa sempre transmite alguma coisa” (DAVIS, 1979, p. 73). E não é só o tempo que transmite uma informação, mas a direção do olhar também. Contudo, assim como a voz, os gestos, a postura e a expressão facial, os sinais visuais mudam de acordo com o contexto. “Existe uma grande diferença entre receber um olhar demorado de alguém que esteja falando ou perceber o mesmo olhar em alguém que nos fala. Mais ainda, durante um silêncio amistoso, o olhar pode ser decididamente perturbador” (DAVIS, 1979, p. 75).

Dessa forma, é possível perceber a complexidade da linguagem não-verbal e a dificuldade de interpretação de cada um dos signos comunicativos existentes em um telejornal, por exemplo. A dimensão não-verbal de um discurso pode até não ser percebida conscientemente pelo telespectador, mas sempre influenciará no processo de significação da mensagem. Ainda assim, no telejornalismo a linguagem verbal e não-verbal só são legitimadas em função do contrato de credibilidade existente pois mesmo que a narrativa seja composta de muitos elementos verbais e não-verbais para a construção de sentido, a credibilidade não está na narrativa e sim no discurso. O telejornal só pode ser entendido enquanto narrativa se o que for dito tiver a aparência de verdade.

No jornalismo, de acordo com Charaudeau (2006), dizer o que aconteceu é afirmar que o dito e o fato não são a mesma coisa e o que acontece é uma reconstituição do fato. Dessa forma, é a veracidade da reconstituição e o seu grau de verossimilhança que são colocadas em julgamento. Ou seja, a enunciação construída em um telejornal, por exemplo, só terá sucesso se for compreendida pelos telespectadores como um produto verdadeiro, real e crível. A credibilidade seria então um valor positivo para o jornalismo, tendo a descrença como oposto (CAVENAGHI, 2018).

3. DE VILÃO A HERÓI: PAPÉIS ARQUETÍPICOS NO CASO CANCELLIER

No caso estudado, a narrativa só se tornou singular pois culminou na morte voluntária de um dos envolvidos na história, fazendo com que o papel arquetípico desempenhado por Luiz Carlos Cancellier na trama mudasse de vilão para herói. Ao analisar as 16 matérias do Jornal do Almoço, é evidente que o suicídio é o clímax da história, em que acontece o ponto de virada da narrativa. Antes do suicídio Luiz Carlos Cancellier era o ex-reitor que participou de um esquema de desvio de dinheiro, mas após o suicídio, ele se tornou o “nosso reitor afastado”. Há uma mudança na forma como Cancellier é tratado. E essa mudança é percebida também no tempo de duração das imagens de Cancellier nas matérias.

O enredo começa a ser construído quando a Polícia Federal prende sete pessoas. Mostra-se nesse momento o movimento da PF em combate à corrupção, as imagens dos policiais entrando na UFSC e no texto do repórter há um esforço por mostrar a dimensão da operação, afinal, o suposto desvio seria de “80 milhões”. Ao encontro disso o repórter também afirma que mais de 100 policiais estariam envolvidos nessa Operação, o que mostra a grandeza de sua atuação. A estratégia editorial do telejornal neste momento coloca a Polícia Federal no arquetipo de herói, despertando o interesse por parte dos espectadores por meio da construção de um personagem que já ocupa um papel estabelecido no imaginário social (Machado, 2000). Nesta fase da narrativa, a imagem de Cancellier está sempre atrelada aos verbos prender, denunciar, interferir, avocar e afastar.

Já na primeira matéria sobre a operação há marcadores de opinião bem definidos. A primeira frase sobre a deflagração da Operação saiu na voz de Mário Motta, o apresentador do telejornal: “Essa quinta-feira entrou para a história de Santa Catarina, infelizmente por um motivo triste que não pode, nem deve ser comemorado”. Ao dizer “infelizmente”, Mário abre os braços indicando impotência e balança a cabeça em sinal negativo demonstrando indignação.

O telespectador se une ao “infelizmente” e ao “entrou para a história de Santa Catarina” de Mário Motta por serem essas expressões já consagradas no imaginário e inconsciente social, de acordo com Juremir Machado da Silva (2003). Através do dispositivo de sedução e construção da narrativa baseada na atratividade, o jornalismo

pode reproduzir padrões de personagens, como foi o caso da construção da Polícia Federal enquanto herói e de Cancellier enquanto vilão.

De acordo com Motter (2004), o vilão também possui papel de destaque por apresentar transformação cultural geral na sociedade, afinal, é ele que determina o padrão de conduta dito ideal. Aqui a característica negativa que estava em jogo era a corrupção, que, na verdade, foi um conflito criado pelo discurso jornalístico. Uma vez que a corrupção não havia sido comprovada e nem o ex-reitor estava sendo acusado de desvio de dinheiro. O “esquema de desvio de dinheiro” foi criado pelo discurso do telejornal, que inclusive fez uso dessa expressão na matéria do dia 22. Vale ressaltar que a Constituição Brasileira, em seu artigo 5o, inciso LVII, prevê que “ninguém será considerado culpado até o trânsito em julgado de sentença penal condenatória”, ou seja, todos sempre serão tidos como inocentes. Ou deveriam ser tidos como tal.

O erro de apuração cometido pelo telejornal quanto ao montante de dinheiro desviado também é simbólico para a compreensão dessa narrativa, já que apenas em uma matéria fala-se em R\$ 80 milhões quatro vezes, contudo segundo inquérito da Polícia Federal o montante desviado não passaria de R\$ 500 mil.

As imagens também contribuíram para a construção de Cancellier como vilão da história. De 14 a 22 de setembro as imagens escolhidas pelo telejornal para ilustrar as matérias sobre a Operação Ouvidos Moucos foram, em sua maioria, imagens referentes à Polícia Federal. As imagens demonstram o trabalho dos policiais, reforçando o arquétipo de herói da entidade. São muitas as imagens em que a Polícia está demonstrando serviço, especialmente no interior do prédio da FAPEU e andando pela UFSC. No imaginário social do brasileiro a Polícia é responsável pela segurança, portanto, sua atuação é dificilmente questionada, como aconteceu nessa narrativa.

Vale ressaltar que durante muitos boletins o repórter está em frente à Polícia Federal, demonstrando a partir de qual posição ele vai falar. A partir do resgate da linguagem da semiótica, a sede da PF torna-se, no contexto da narrativa produzida ao longo da cobertura, um signo, remetendo a algo que já é conhecido pela experiência. Mais do que um lugar, o repórter posicionado em frente à sede representa uma ideia, remetendo à memória social e a sentidos que são socialmente compartilhados. Contudo,

pode-se dizer que o sentido só se completa na alternância das imagens: da sede da PF para a UFSC, da UFSC, para a sede da PF. De quem investiga para quem é investigada.

Ainda na primeira matéria há sete menções a Cancellier, no entanto, nenhuma imagem do ex-reitor. Ele era apenas mais um entre os sete presos, mas o telejornal dá destaque a este personagem durante o texto sem humanizá-lo, sem que o telespectador pudesse ter a imagem de Cancellier, dando brecha para a construção de sua imagem a partir do discurso do telejornal e do discurso da PF, retratado nas falas da delegada Erika Mialik. Todas as passagens da sua vida que poderiam conferir-lhe qualquer autoridade foram apagadas.

O telejornal também faz uso de imagens da soltura dos presos. Do ponto de vista da semiótica, é simbólico que essas imagens tenham sido veiculadas no momento em que o repórter está falando do desentendimento entre a delegada e a juíza pois desvia a atenção do telespectador para a imagem dos presos, inclusive mostrando, em uma das cenas, que os repórteres estavam tentando contato com os presos que saíram da delegacia aparentemente envergonhados, tampando o rosto, tentando fugir dos holofotes da mídia. Ao apresentá-los dessa forma cria-se a ideia de que eles não querem falar porque são, de fato, culpados. Neste primeiro momento, que é o mais longo período de produção da narrativa, Cancellier aparece como arquétipo de sombra, identificado como o vilão da história e projetado como “culpado” antes mesmo das investigações concluírem seu curso.

No segundo momento, aquele que se desenha a partir do suicídio, identifica-se um ponto de virada na forma como o reitor vinha sendo tratado. Ele passa a ser situado em outro arquétipo: o de herói. A possibilidade dessa mudança também está atrelada ao desaparecimento da Polícia Federal da narrativa, que pouco a pouco vai sendo retirada da posição de herói.

Logo na primeira matéria sobre o ocorrido, aparecem imagens de arquivo do Cancellier. Dessa forma começa a construção de um “novo Cancellier” que possui um rosto, amigos, que conhecia muitas pessoas importantes e que era do meio jurídico. A nova imagem de Cancellier é retratada, dessa vez produzindo a sensação de proximidade entre o telespectador e Cancellier, através da mediação do repórter. O

“nosso reitor” utilizado por Júlio Ettore, repórter, muda totalmente a perspectiva adotada até então pelo telejornal, que era de distanciamento, sempre tratando o reitor como participante de um esquema de desvio de dinheiro.

Minimizam os efeitos catastróficos da operação da PF e, sobretudo, da cobertura midiática que dela foi feita. Por outro lado, aponta para a dimensão política da atitude do reitor, que ao se suicidar, cria um alvoroço na cobertura. Vale ressaltar que na cabeça dessa matéria Mário Motta diz “o corpo do reitor foi encontrado no meio da manhã, a informação é que ele teria se jogado do quarto piso do shopping. Júlio, o que deve acontecer a partir de agora?”. É justamente essa a dúvida trazida pelo clímax da trama, sem esquecer da impotência existente diante da morte. A dramaticidade colocada nesta frase através do suspense, suscitando o interesse do telespectador, também é uma característica da narrativa.

No mesmo dia, além do boletim ao vivo, há uma reportagem com muitas adjetivações. “O mais duro golpe na carreira do professor” referindo-se às denúncias contra Cancellier. Logo após o suicídio é dito que “a terça-feira ensolarada nem de longe refletiu o silêncio e a tristeza do campus universitário”. “Foram menos de dois dias preso, mas com efeito devastador sobre o ânimo do agora reitor afastado” dando a entender que dois dias seria pouco para esse “efeito devastador”.

Em uma das passagens dessa matéria, Júlio Ettore diz que “o Jornal do Almoço teve acesso a uma parte do inquérito da PF. O reitor afastado aparece pouco no documento”, no entanto, ainda assim, nas 16 matérias do Jornal do Almoço ele é mencionado 141 vezes. Diante disso, é possível perceber a presença e importância do narrador nessa história, que neste caso é o próprio telejornal.

A última matéria do dia 2 de outubro é uma nota coberta sobre a ligação do ex-reitor com a Operação Ouvidos Moucos. Laine diz que “Luiz Carlos Cancellier acabou tendo o nome envolvido numa grande investigação policial”, ao utilizar a locução verbal “acabou tendo” ela tira o ex-reitor da posição de protagonista da investigação, é quase como uma absolvição, já que anteriormente ele era julgado pelo telejornal constantemente, agora o discurso é de que ele “acabou tendo o nome envolvido”.

No dia 3, ao falar da investigação, Júlio diz que sobre Cancellier “pesava a acusação”, o que é muito diferente do “ex-reitor acusado”, como era dito anteriormente. Agora há uma mudança no discurso, é como se ele fosse inocente e ainda precisasse carregar o peso de ser acusado por algo, ser preso e proibido de entrar na universidade, mesmo considerando que o caso ainda estava sendo investigado.

Como já dito anteriormente, a inversão desse discurso também pode ser uma tentativa de encobrir uma possível responsabilidade no desdobramento dessa história. É importante observar que até o enquadramento das fontes muda, elas estão mais próximas da câmera, o que gera no telespectador uma maior proximidade, fruto de uma tentativa do próprio telejornal em aproximar a imagem do ex-reitor. O plano fechado, como visto, é um indicador de intimidade e expressão. Os cenários não têm pessoas ao fundo, como um movimento de ir silenciando aos poucos a história, já que agora o reitor está enterrado e a narrativa está sendo enterrada junto com ele, pois como várias operações da Polícia Federal, a investigação segue sem respostas e a UFSC, sem Luiz Carlos Cancellier de Olivo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde que o jornalismo é jornalismo ele conta histórias. Histórias de pessoas, com nome, sobrenome e endereço. Aliás, o que seria do jornalismo sem as pessoas? Sem os personagens? Sem as aspas de cada matéria? Os personagens midiáticos sempre foram tão importantes quanto escrever um bom lead na hora de informar. Talvez até mais importantes. Por isso, garantir e zelar pela imagem de seus personagens deve ser uma preocupação constante da mídia, afinal, ninguém é totalmente bom ou mau, bonito ou feio, gordo ou magro. E o jornalismo, como agente social que é, tem o dever de desconstruir esses arquétipos tão firmados no imaginário social dos brasileiros e entender que ninguém é 100% herói ou 100% vilão.

Com isso, o objetivo principal foi cumprido, afinal, a proposta dessa pesquisa foi compreender como as escolhas narrativas verbais e não-verbais no telejornalismo influenciam a construção do discurso jornalístico, delineando papéis desempenhados

pelos personagens midiáticos, utilizando ferramentas metodológicas diversas a fim de construir uma forma única de análise para o objeto empírico. Optou-se por essa pesquisa por acreditar no potencial do telejornalismo e na necessidade urgente de humanização da mídia, em todas as suas instâncias. Após a análise das 16 matérias do Jornal do Almoço, pode-se chegar a algumas considerações, dentre elas a certeza de que em um telejornal tudo comunica e que o contexto em que ele está inserido é capaz de mudar totalmente a construção de sentido de um discurso.

Conforme o que foi apresentado no segundo capítulo, é o telespectador que a partir do fragmento das notícias vai conectar as partes, preencher lacunas e construir um quebra-cabeças das intrigas e significados a partir da sua recepção (MOTTA, 2007).

Após olhar com atenção todas as matérias dessa cobertura é impossível não perceber uma mudança na forma com que o veículo constrói o personagem da Polícia Federal e do ex-reitor. Também é perceptível o anseio do jornalismo em cobrir casos de corrupção, possivelmente por ser um assunto que está sendo muito falado no Brasil, mas também por condensar diferentes metanarrativas culturais, como a ideia de que “o crime não compensa, a corrupção tem de ser punida, a propriedade precisa ser respeitada” (MOTTA, 2007, p. 15).

Os brasileiros (inclusive os jornalistas), por não se sentirem representados pelo sistema judiciário, desejam fazer justiça com as próprias mãos e considerando a impossibilidade de se fazer uma cobertura totalmente neutra, esse desejo acaba sendo representado de diferentes formas em uma matéria telejornalística: seja mediante gestos, olhares, entonação, palavra, edição de entrevistas ou escolha de fontes. O papel do herói e do vilão são criados de forma polarizada nessas narrativas porque revelam um aspecto cultural do brasileiro e a necessidade de identificação com os personagens de um enredo pode fazer com que o próprio jornalista os enquadre de forma arquetípica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Perseu; BIONDI, Aloysio; SOUZA, Hamilton Octavio. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 1989. 414p.

CAVENAGHI, Beatriz de Araújo. **O corpo como mídia: códigos para a gestão da comunicação não verbal no telejornalismo.** Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia e Gestão do Conhecimento, Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018. Disponível em: < <https://bit.ly/2AKNfSy>>. Acesso em: 26 nov. 2018.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2006.

COGO, Rodrigo. **As Narrativas da Memória na Estratégia da Comunicação.** São Paulo: Aberje Editorial, 2016.

DAVIS, Flora. **A comunicação não-verbal.** Grupo Editorial Summus, 1979.

GANCHO, Cândida Vilares. **Como analisar narrativas.** São Paulo: Ática, 1997. 70 p. (Princípios).

LOPES, Maria. Immacolata V. **Pesquisa em comunicação. Formulação de um modelo metodológico,** 2010. MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** São Paulo: Senac, 2000.

MOREIRA, Lúcia Correia Marques de Miranda. Narrativas literárias e narrativas audiovisuais. In: FLORY, Suely Fadul Villibor (Org.). **Narrativas ficcionais: da literatura às mídias audiovisuais.** São Paulo: Arte & Ciência, 2005. Cap. 1. p. 15-34.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa.** Editora UnB, 2013.

_____. **Análise pragmática da narrativa jornalística.** In: Metodologia de Pesquisa em Jornalismo. LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (orgs.), 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. Disponível em <<https://bit.ly/2I77soz>>. Acesso em 02 nov 2018.

MOTTER, Maria Lourdes. As telenovelas brasileiras: heróis e vilões. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación,** Buenos Aires, v.1, n.1, p. 64- 74. 2004. Disponível em < <https://bit.ly/2Pgcj8W>>. Acesso em 15 nov 2018.

PINTO, Milton José. Comunicação e discurso. São Paulo: Hacker Editores, p. 123, 1999.

REALES, Liliana; CONFORTIN, Rogério. **Introdução aos estudos da narrativa.** Florianópolis: Ufsc, 2009. 116 p.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário.** Editora Sulina, 2003.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. 287 p.

VERÓN, Eliseo. Quando ler é fazer: a enunciação no discurso da imprensa escrita. In: VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido.** São Leopoldo: Unisinos, 2004. p. 215-238.