

## **A CONSTRUÇÃO DO SENTIDO SIMBIÓTICO ENTRE O JORNAL NACIONAL E WILLIAM BONNER**

*Sean Hagen\**

### *Resumo*

A simbiose na construção da imagem do Jornal Nacional e do apresentador e editor-chefe William Bonner é o centro desse artigo. Esse movimento desvela uma ação sutil na construção do mito da excelência profissional, engendrado por jornalistas da imprensa diária, de revistas e sites de informação. Através de pressupostos da análise do discurso, ressalta-se como a linguagem consegue acionar estruturas míticas na construção da notícia, abrindo espaço para a subjetivação nos processos jornalísticos.

### *Palavras-chave*

Jornalismo – Discurso - Mito

### *Abstract*

The symbiosis in the construction of two images – “Jornal Nacional” and its newscaster and editor William Bonner – is the center of this article. This movement reveals a subtle action in the construction of professional excellence myth, produced by newspapers, magazines and information sites journalists. Using discourse analyses principles, we accent how the language operates mythical structures on news production, creating space to subjectivism in journalistic processes.

### *Key Words*

Journalism – Discourse - Myth

**W**illiam Bonner é o Jornal Nacional ou o Jornal Nacional é William Bonner? Essa indistinção de papéis é uma recorrente indagação presente na mídia nos últimos anos. Desde 1999, quando assumiu como editor-chefe do mais paradigmático telejornal brasileiro – ou mais precisamente, quando dividiu a bancada com Fátima Bernardes<sup>1</sup>, em 1998, sua mulher e mãe dos filhos trigêmeos –, o talento e o sucesso de William Bonner vêm sendo construídos na mídia com contornos épicos, imputando uma trajetória mítica de excepcionalidade à função do jornalista.

Esse é um movimento que não está presente na bancada do Jornal Nacional, mas fora dela. No espaço circunscrito do Jornal Nacional – JN –, Bonner exerce o papel tradicional que se espera de um apresentador. Mas é através do olhar dos pares – os jornalistas da imprensa, revistas e sites de informação – que Bonner tem a imagem mitificada, como se tivesse algo especial para “merecer” estar à frente do mais antigo e paradigmático telejornal do país, o informativo com as maiores verbas do mercado publicitário.

O sentido que se encontra recorrentemente na mídia de que o talento de Bonner está imbricado com o poder emanado do Jornal Nacional, decorre da premissa de que a imagem do apresentador e do JN são indissociáveis: ele é o telejornal e o telejornal também é constitutivo dele. Pelo sentido trabalhado pelos jornalistas, só os muito talentosos chegam ao JN, fato que cria uma aura de talento em seus apresentadores automaticamente.

Quando a câmera focaliza o rosto dos apresentadores, é evidente a serenidade com que Fátima e William comandam o “JN”. Na correria, eles controlam tudo com a segurança de quem sabe o que faz. Na hora de falar de tragédias ou alegrias, não perdem a linha. É mais que talento; é competência. Trabalho duro. Sucesso é só consequência (MARINELLI, 2002, Criativa, grifo meu).

A descrição de Bonner nessa seqüência discursiva é mais do que significativa: coloca o apresentador em um patamar único. Deixando-se

de lado as particularidades de cada estilo de apresentação, o que a repórter descreve é o dia-a-dia em uma redação de TV. O que ela glorifica como “talento, sucesso, competência e trabalho duro” também se encontra em outras redações, com outros apresentadores e editores-chefe, mas com condições de trabalho menos favoráveis do que se tem na Globo. A repórter não está falando simplesmente de talento, mas do mito em torno do talento que é trabalhar no principal telejornal do país e da construção da singular imagem profissional de Bonner, que passa, inevitavelmente, pela imagem do JN.

O poder desse mito<sup>2</sup> é, como de todo mito, inconsciente e emocional. No mesmo nível em que é odiado e criticado, o *Jornal Nacional* é visto e copiado<sup>3</sup>, criando uma sinergia no campo do telejornalismo difícil de definir. Em uma entrevista em que fala exclusivamente da imprensa, o jornalista Sebastião Nery cita, justamente, o *Jornal Nacional* e Bonner quando se refere ao poder do campo do jornalismo. “[...] imagina se você ligar no *Jornal Nacional*, por exemplo, e o William Bonner disser que o Dom Eugênio Salles está dando pastel, faz uma fila de Copacabana até a porta do palácio para comer o pastel do Dom Eugênio.” (SEBASTIÃO..., [2004]). Nery não fala apenas do JN ou de Bonner: fala dos dois como se fossem um, indissociáveis, gerando um poder capaz de transformar de imediato a vida das pessoas.

Ao mesmo tempo em que esse poder é imputado a Bonner, temos um apresentador que se imputa esse poder – como nesta seqüência, ao receber no JN o então presidente eleito, Luiz Inácio Lula da Silva:

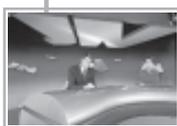
*Eu lhe agradeço em nome dos profissionais da Globo e de todos os brasileiros essa deferência especial de nos visitar no seu primeiro dia como presidente eleito” (BONNER apud CROITOR, 2002, Folha de São Paulo, grifo meu).*

Bonner enceta dois movimentos: primeiro, transforma a Globo em um “patrimônio nacional” ao supor que a Rede representa “todos os brasileiros”; segundo, ao usar o pronome “eu” e o verbo no singular, chama para si o direito de representar/ser a própria Rede Globo e, pela lógica engendradora, uma representação de “todos os brasileiros”. Esse é um sentido que Bonner constrói e a mídia reproduz. Mesmo quando há alguma

crítica, o sentido geral é de que ele é um profissional único, que, pela posição que ocupa e pelo talento que tem como jornalista, pode representar a Globo e os brasileiros.

*No mesmo nível em que é odiado e criticado, o *Jornal Nacional* é visto e copiado<sup>3</sup>, criando uma sinergia no campo do telejornalismo difícil de definir.*

É a linguagem que torna possível esse movimento de indistinção entre os limites do *Jornal Nacional* e de William Bonner, ao assumir um papel preponderante na condução e manipulação dos símbolos encontrados no lugar de onde os jornalistas pretendem falar. Unindo o que lhe é exterior, ao mesmo tempo em que impregnado de subjetividades culturais, o discurso jornalístico não pode ser entendido apenas como emissor de mensagens, mas também como produtor de sentidos. “[...] os sentidos não estão só nas palavras, textos, mas na relação com a exterioridade, nas condições em que são produzidos e que não dependem só das intenções dos sujeitos.” (ORLANDI, 2001, p. 30). Hegemonicamente, tenta-se matar o subjetivo em nome da objetividade nas redações. Busca-se a realidade, quando só é possível tocar o real<sup>4</sup>. Ao buscar a objetividade positivista, o jornalista persegue uma completude que nunca poderá alcançar, mesmo que trabalhe com a pretensão de oferecer a plenitude em forma de notícias – a crença de que captou e processou todos os principais fatos jornalísticos do dia. Essa é uma perspectiva ilusória, já que o profissional, sob a aparência de unicidade, assume variadas posições dependendo do lugar de onde fala. A posição que o sujeito ocupa e permite a ele determinar o que pode e deve ser dito demonstra que este “sujeito” nada mais é do que uma posição vazia, ocupada por diferentes indivíduos que dali se colocam para enunciar. A análise do discurso chama de dispersão esse movimento que atravessa e constitui o discurso. “Descrever uma formulação enquanto enunciado não consiste em analisar as relações entre o autor e o que ele diz (ou quis dizer, ou



---

disse sem querer); mas em determinar qual é a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser seu sujeito.” (FOUCAULT, 1995, p. 109). A movimentação do indivíduo entre várias posições de sujeito – jornalista, cidadão, eleitor, telespectador ou fã – só não gera uma “quebra de identidade” porque é um processo essencialmente inconsciente.

A dispersão, em que o indivíduo é cindido em diversos sujeitos, é a chave do discurso para Foucault; para compreender um discurso, é preciso localizar, perceber, enxergar esses elementos nem sempre compatíveis entre si, difíceis de classificar, mas que aparecem com regularidade em sua estruturação. É essa regularidade que permite que se aponte como os jornalistas, não conseguindo sufocar a posição de fãs e admiradores, constroem uma imagem de excepcionalidade quando narram a trajetória de William Bonner. Entre a liberdade de escolha e os caminhos já trilhados, o sujeito se move e se significa.

A condição da linguagem é a incompletude. Nem sujeitos nem sentidos estão completos, já feitos, constituídos definitivamente. Constituem-se e funcionam sob o modo do entremeio, da relação, da falta, do movimento. Essa incompletude atesta a abertura do simbólico, pois a falta é também o lugar do possível (ORLANDI, 2001, p. 52).

É pela abertura ao simbólico, quando dividem uma mesma cultura, os mesmos mitos que se estabelece a alteridade, que é a capacidade de se colocar no lugar do outro. Sempre há um olhar voltado para o interior – eu – e outro para o exterior – tu –, e é justamente nessa reversibilidade que o dizer se estabelece (ORLANDI, 1988). É o que faz o jornalista acreditar que “conhece” seu público, já que “[...] se pode falar de outros para falar de si, pode-se falar de si para falar de outros e pode-se falar de si para falar de si.” (ORLANDI, 1988, p. 15). Na mídia, a reversibilidade embaralha fronteiras e impossibilita o reconhecimento exato de qual das três possibilidades está atuando, o que reforça a proposição de que o jornalista espera uma interação com o público, da mesma forma que o público, usando da reversibilidade, reconhece o que é notícia<sup>5</sup> e como ela deve ser apresentada: “as notícias devem ser encaradas como o resultado de um processo de interação social. As notícias são uma construção social onde a natureza

*da realidade é uma das condições.”* (TRAQUINA, 2001, p. 122, grifo meu).

A espiral de repetições<sup>6</sup> que o mito carrega através da linguagem ajuda os sujeitos – jornalistas e público – a formarem as “bibliotecas mentais” em que encontram seus modelos de identificação. A isso podemos chamar de ressonância, a sensação de termos escrito ou lido as mesmas histórias repetidas vezes (BIRD; DARDENNE, 1993, p. 268). Na análise do discurso, o efeito de “reprodução do mesmo” é definido como paráfrase, e consiste no ato de repetir o sentido primeiro do enunciado. A sutileza da paráfrase, no entanto, vai mais longe: o saber que ela aparentemente “autoriza” propicia, àquele que se utiliza dela, pleitear o status de um enunciator com domínio dos signos. É impossível deixar de lembrar que os jornalistas, ao trabalharem com a construção das notícias, tornam-se “mestres” no uso da paráfrase, reiterando sentidos que surgem recorrentemente no seu dia-a-dia. Em um primeiro momento, a paráfrase pode fazer pensar em uma “repetição” aprisionadora, que não consegue desenredar-se de seu próprio eixo, já que atua como uma “matriz do sentido” (ORLANDI, 2001, p. 38). É na sua antítese, a polissemia, que acontece a ruptura dos processos de significação, causando deslocamentos e equívocos. “É nesse jogo entre paráfrase e polissemia, entre o mesmo e o diferente, entre o já-dito e o a se dizer que os sujeitos e os sentidos se movimentam, fazem seus percursos, (se) significam.” (ORLANDI, 2001, p. 36).

---

*O sentido de grandeza presente na função de editor-chefe do JN é inequívoco nesta fala: os números são superlativos, a abrangência é mundial e um compromisso se firma com milhões de brasileiros.*

---

É preciso ressaltar o valor do silêncio, não com a acepção de ausência de palavras ou sons, mas constitutivo de sentido, espaço da história, da significação da linguagem: um silêncio fundador de sentidos. O silêncio permite que sentidos sejam apagados para que outros sejam expressos,

possibilitando dizer também através do que não foi dito (ORLANDI, 1997, p. 76) em uma dada formação discursiva. Ou seja, para uma formação específica significar, certas palavras não devem ser ditas, devem ser apagadas; para fazer sentido, o sujeito precisa, então, do silêncio, que está em consonância com a polissemia: quanto “[...] mais se diz, mais o silêncio se instala, mais os sentidos se tornam possíveis e mais se tem ainda a dizer.” (idem, p. 71).

### EXCEPCIONALIDADE ÉPICA

É pela linguagem, espaço dos mitos e sentidos jornalísticos, que William Bonner assume um lugar único na mídia. A imagem do profissional com características únicas – como se o que faz não fosse inerente ao campo jornalístico – materializou-se em duas mudanças fundamentais que o Jornal Nacional passou nos últimos anos e que, conseqüentemente, amplificaram o poder do mito: a saída da dupla Moreira/Chapelin<sup>7</sup> e a ascensão de Bonner a editor-chefe e apresentador.



Em fato inédito na história do Jornal Nacional, William Bonner acumula as funções de apresentador e editor-chefe, muda linha e melhora a audiência (ROSALEM, 1999, IstoÉ Gente, grifo meu).

Ao assumir o JN e implantar a sua sistemática de trabalho, Bonner tornou-se uma referência na mídia, um modelo a ser espelhado:

Mônica Waldvogel deixa claro como é árdua a luta do profissional forjado numa máquina de refazer e disfarçar mazelas,

como a Globo, repleta de salas de maquiagem, retoques, ilhas de edição e videoteipes, diante da crueza do tempo real, onde o brilho tem de ser fruto da própria imperfeição, onde a possibilidade de erro é parte importante do roteiro e onde não há um William Bonner para amparar uma derrapada... (LIMA, 2002, Revista Trip, grifo meu).

Essa seqüência, apesar da indistinção entre a fala do repórter e de Waldvogel, confere a Bonner um poder sem igual. Frente à descrição das mazelas do telejornalismo, às pressões e aos constrangimentos, Bonner é o único capaz de “amparar uma derrapada”. Essa visão mítica está baseada no talento de um profissional que se tornou um ícone dentro do jornalismo: Bonner já extrapola o próprio Jornal Nacional e é construído como singular. E é descrito na mídia com alguém que “subiu” muito rápido, provando um talento precoce, inerente ao sujeito.

[...] Bonner começou na televisão em 1985, apresentando telejornais da Rede Bandeirantes. Um ano depois da estréia já era chamado para a Globo [...] (VELLOSO, 2002, Revista Época, grifo meu).

Ser rapidamente escolhido pela Globo atestaria, aqui, um talento extraordinário, um “chamado” feito a poucos. Esse sentido também é exercitado por Bonner:

[...] não cheguei a chefia do “JN” pedindo cargo e, sim, porque meus superiores hierárquicos queriam (BONNER apud TEIXEIRA, 2001, NA, no formato da notícia, grifo meu).

A acepção que Bonner dá a esse fato é a de reconhecimento: ele foi chamado a desempenhar uma tarefa e aceitou o desafio; submete-se à hierarquia, mas amparado pelo talento. É o sentido de ser o único capaz de tomar decisões certas sobre o JN que diferencia o poder hierárquico do poder emanado do talento – que Bonner credita a si mesmo e também recebe da mídia.

Longe da emissora, Bonner continua atento à tevê. Assiste ao JN mesmo nos dias de folga (ROSALEM, 1999, IstoÉ Gente)

---

Fico mais nervoso porque, em casa, não posso tomar decisões [sobre o JN] (BONNER apud ROSALEM, 1999, IstoÉ Gente).

No site do JN, uma citação de Bonner dá o tom da grandeza épica que ele tem nas mãos.

O “Jornal Nacional” é produto do *esforço* e do *talento* de *centenas de profissionais no Brasil inteiro e nos nossos escritórios do exterior*. Essas pessoas têm o *compromisso* de mostrar aos *brasileiros* aquilo que de *mais importante* aconteceu naquele dia, no nosso país e no mundo. *Coordenar tanta gente* para cumprir esse compromisso é um *trabalho imenso e delicioso* (BONNER, 2006, grifo meu)

O sentido de grandeza presente na função de editor-chefe do JN é inequívoco nesta fala: os números são superlativos, a abrangência é mundial e um compromisso se firma com milhões de brasileiros. E apenas um homem coordena tudo isso: William Bonner. Mas mesmo o herói que lidera essa epopéia não está livre das privações, algo que glorifica ainda mais a grandeza dessa tarefa:

William, porém, *enfrentou uma barra* em 1999, logo que assumiu o “JN”. Debaixo de *forte pressão* nos três primeiros meses, que ele atribui a uma *conjugação de vaidades feridas pela sua escolha*, pensou em desistir (ARAÚJO, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).

O talento de Bonner ganhou a noção de unanimidade com as entrevistas no Jornal Nacional e os debates a presidente em 2002, quando ocupou espaços na mídia até então impensáveis. Em uma crônica de Luis Fernando Veríssimo intitulada “Bonner para presidente” (2002, e-mail [Estadão]), o escritor diz que algo aconteceu na noite em que Ciro Gomes, o mais fotogênico dos candidatos daquele ano, foi entrevistado:

[...] pode ter iniciado um movimento: *William Bonner para presidente* – se a Fátima concordar em ser sua vice. Eu sei, eu sei, não dá mais tempo de registrar a chapa e, mesmo, quem iria cuidar dos gêmeos? Mas *os dois foram muito bem e o Bonner foi tão expansivo* que o Ciro Gomes

teria razão em reclamar tempo igual (idem, grifo meu).

José Simão, colunista de televisão da Folha de São Paulo, também fala da “vitória” do apresentador sobre o candidato, e amplifica ainda mais as qualidades de Bonner quando ressalta que ele vai além da leitura do teleprompter: ele “fala” – pensa.

E ontem eu vi o Ciro Gomes no Jornal Tucanal! E vou lançar: *William Bonner pra presidente!* [...] *Ele sabe mais que o candidato, é mais informado que o candidato e fala mais que o candidato*. Pegou dengue verborrágica! Mas como disse o outro: *pelo menos a gente ficou sabendo que o Bonner também fala, não só lê* (SIMÃO, 2002a, Folha de São Paulo, grifo meu).

Confortável com a posição que ocupa, Bonner está habilitado a enunciar do espaço do talento: quando dá entrevistas, a imagem que constrói é da excelência profissional, com o movimento de repetição perpetuando os sentidos que alimentam o mito do profissional “de excelência”. Atraída pela materialização verbal dessa qualidade, a mídia não se furta em reproduzir os elogios com que a imagem do talento e profissionalismo de William Bonner é construída.

Diferentemente da fama, em que notoriedade é moeda corrente, o sucesso decorre do esforço pessoal e está ligado ao trabalho e ao talento. Para os especialistas em psicologia do trabalho, a fama não deveria servir como parâmetro para a realização de uma carreira profissional plena. “Isso é um erro, pois, nesse caso, apenas a ilusão do glamour é levada em conta, enquanto a dedicação e o esforço necessários para a construção de uma carreira não são cogitados.” (LIMA apud AVELINO, 2004). A construção da imagem de Bonner reitera o sentido de que o sucesso merecido o levou à fama, mas sem prejudicar os ideais da profissão, como se observa nestas seqüências:

[...] [Bonner e Bernardes] não têm ou não demonstram a mínima ponta de arrogância (FÁTIMA..., 1999, Caras)

Acostumada com a seriedade de Bonner no comando do telejornal, Viviane se *surpreendeu com sua espontaneidade e*

*simplicidade* (SUASSUNA, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu)

É com esse verniz que se constrói a imagem do sucesso profissional de Bonner. Derrubada a barreira da soberba que o senso comum espera das figuras da mídia que ocupam o mesmo espaço que o apresentador – atores de TV, celebridades, cantores e jogadores –, resta uma incessante abordagem elogiosa do profissional. Esse sucesso pode ser resumido por duas capas da mesma revista, publicadas em um espaço pouco maior do que um mês. Na edição *on line* da IstoÉ Gente, de 28 de outubro de 2002, uma chamada de capa destaca Bonner com a cartola “Sucesso”, seguida da manchete “William Bonner: a nova cara do jornalismo da Globo” (SUCESSO..., 2002, IstoÉ Gente [capa]). A reportagem faz um grande elogio à postura da Rede Globo nas eleições presidenciais e traz Bonner como sua peça fundamental. O enfoque é Bonner como o profissional melhor qualificado e preparado para mediar o último debate presidencial.

---

*Aqui, Bonner assegura dois sentidos: primeiro, a “justiça” – que traz “na cabeça” como se fosse um “adorno” –, tão importante na construção da imagem que os outros fazem de nós; segundo, a “maturidade que traz sabedoria” ao não deixar o sucesso tomar conta do ego*

---

O consistente preparo, diz Bonner, garantiu-lhe uma postura segura no primeiro debate, o que acabou rendendo elogios à sua atuação (COEHN, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).

A indeterminação de vozes imbrica os auto-elógios do apresentador com os da repórter

---

e toda a reportagem apresenta a mesma indeterminação, em um movimento de aceitação e submissão.

O público, no entanto, gostou da firmeza de Bonner, como ele pôde comprovar numa recente ida a um shopping, no rio. A todo momento, ouvia cumprimentos sobre a sua performance (COEHN, 2002, IstoÉ Gente).

Coehn assina a reportagem, que poderia também ser assinada por Bonner; o texto permite que o apresentador ressalte suas qualidades, sem a arrogância de um auto-elógio. Isso só acontece no encerramento, quando, reiterando o que aconteceu ao longo da reportagem, é Bonner quem dá a última palavra<sup>8</sup>.

*Nada se compara a esse momento crucial da história da democracia e do País. Hoje, ouvindo rádio, só se fala no debate, que terá um único jornalista. E serei eu (BONNER apud COHEN, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).*

O peso da responsabilidade sem igual que Bonner se auto-imputa parece ter contaminado a repórter, que deixou de lado as técnicas que visam à objetividade jornalística em favor da visão comprometida de uma fã: pelo sentido de sucesso sem igual presente com a mesma intensidade na fala final de Bonner e em todo o texto, depreende-se que a reportagem foi construída “de trás para frente”, tendo a aceção de o “único jornalista em todo o país a mediar o debate presidencial” se imposto como o sentido preferencial.

Em dezembro de 2002, em uma edição da revista IstoÉ Gente, Bonner voltou a ser o enfoque principal, mas agora com uma honra ainda maior: foi considerado a personalidade do ano<sup>9</sup>. O tom de reverência ao apresentador do Jornal Nacional e mediador do mais aclamado debate presidencial na TV pós-ditadura já estava presente na reportagem de outubro de 2002, e estampar um novo perfil na mesma revista em tão pouco tempo só aumentou o sentido de sucesso.

A foto da capa é um “3X4”, em que Bonner está descontraído, com um largo sorriso no rosto, diferente do aspecto cerimonioso com que costuma apresentar o Jornal Nacional; mostra uma jovialidade que contrasta com o fundo negro e a luz dura, tradicionais em retratos de “homens

---

de sucesso”. Não transmite autoridade, mas simpatia, longe do jornalista sisudo e incisivo que comandou o debate às eleições. Essa exposição pouco usual de um Bonner leve e menos distante do público é o direcionamento da reportagem. As fotos das sete páginas de texto são “pessoais”, tiradas na casa de Bonner: no jardim, brincando com as crianças, na biblioteca e com a mulher. Três quartos do texto privilegiam o foro íntimo em oposição à abordagem profissional. O sentido de “novo”, presente no perfil anterior da IstoÉ Gente, é retomado como “renovação”. A mesma acepção é usada na linha de apoio:

O apresentador *renovou o jornalismo da Globo* ao fazer entrevistas polêmicas com os candidatos à Presidência no “Jornal Nacional” e conduzir o debate que encerrou a campanha eleitoral (ARAÚJO, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).

Essa é a idéia do sucesso imputada a Bonner: apesar da presença de centenas de profissionais trabalhando com as melhores condições, os melhores salários, em inúmeros programas, na mais prestigiada rede de TV do país, é Bonner quem, sozinho, “renova o jornalismo da Globo”. O tom do texto anterior, de trabalho coletivo intrínseco à TV, desaparece, eliminando a idéia de que o sucesso, principalmente em televisão, é um constructo coletivo. Aqui, todos os sentidos se fecham e convergem para a glorificação do “sobre-humano”, do ser mitológico que chega aonde nenhum outro chegou.

Ele foi o *único jornalista* a participar do debate que encerrou o segundo turno da disputa presidencial de 2002, *transformou-se no principal nome da imprensa* durante a campanha, quando entrevistou os quatro principais candidatos no “Jornal Nacional” [...] (ARAÚJO, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).

Bonner está na categoria dos heróis: aceita o desafio/sacrifício para manter/restabelecer a ordem das coisas e segue em uma jornada “solitária”, cumprido o destino que lhe cabe. “O objetivo moral é o de salvar um povo, uma pessoa, ou defender uma idéia. O herói se sacrifica por algo, aí está a moralidade da coisa.” (CAMPBELL, 2003, p. 135). Se o repórter e a revista fazem

questão de glorificar a trajetória de um homem, é o próprio Bonner, como herói de caráter, quem lembra ser impossível chegar a algum lugar sem ajuda.

---

*Mesmo que a imagem presente na mídia aponte o contrário, Bonner não é o JN, nem o JN é Bonner.*

---

Tenho isso na cabeça por *justiça* aos meus colegas e para que não me perca numa “*egotrip*” de achar que sou *sensacional*, porque não é fato (BONNER apud ARAÚJO, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).

Aqui, Bonner assegura dois sentidos: primeiro, a “justiça” – que traz “na cabeça” como se fosse um “adorno” –, tão importante na construção da imagem que os outros fazem de nós; segundo, a “maturidade que traz sabedoria” ao não deixar o sucesso tomar conta do ego, já que ele não imputa a si mesmo esse sucesso. Ao se mostrar justo e sábio e creditar ao grupo o êxito, Bonner amplifica o sucesso que a revista dá apenas a ele. Mas vale ressaltar que, da capa até o primeiro um terço do texto, o sucesso é enunciado sempre de modo a se referir a Bonner. É só quando o sentido já está sedimentado que o caráter polissêmico de sucesso “plural” se instaura, migrando para o sentido anterior e reforçando a idéia de que homens de sucesso, como Bonner, também são modestos.

O jornalismo da Globo firmou *ousadia, independência e equilíbrio* na cobertura da eleição deste ano e *Bonner, o rosto mais visível dessa orientação editorial, consolidou-se como um dos profissionais mais respeitados do País* (ARAÚJO, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).

A indistinção ao que cabe à Rede Globo ou a Bonner nessa parcela de “ousadia, independência e equilíbrio”, remete novamente ao sentido metonímico de que Bonner e a Rede Globo se amalgamaram em um só, da mesma forma que o apresentador tem a imagem construída em

relação ao JN: um doa qualidades ao outro, e os dois crescem. Novamente a falta de precisão abre o sentido e coloca Bonner entre “os profissionais mais respeitados do país”; o sentido superlativo de “um dos” não está restrito ao jornalismo, mas abrange todas as áreas.

Cindidos entre o espaço de fã, de admirador e de profissional, os jornalistas constroem a imagem de William Bonner com sentidos superlativos: o mais preparado, o mais talentoso, o mais importante. Bonner, a cada citação, assume um sentido mais forte de credibilidade amparado no paradigma do telejornalismo de referência. Esse movimento, que parte dos jornais, revistas e sites de informação em direção à tela da TV, cria uma imagem mítica única dentro do jornalismo: atesta uma sobrerrealidade ao apresentador do Jornal Nacional, dentro do espaço de circulação do real – o telejornalismo –, garantindo a Bonner um inequívoco “discurso da verdade”, presente antes apenas no campo jornalístico. Se os próprios colegas de profissão vêem Bonner e o Jornal Nacional como tendo um mesmo e único sentido, não é de se estranhar que, ao separá-los, esse sentido continue atuando. Apesar da simbiose ser proveitosa para os dois, o poder de glamourizar, de abalizar e de transformar não está na imagem de Bonner, mas no Jornal Nacional. Cid Moreira já foi a “cara” do telejornal por 27 anos, e muitos não acreditavam que o JN sobreviveria sem ele. Mas o apresentador vive hoje apenas na memória, e o telejornal da Globo continua sua trajetória de sucesso.

Mesmo que a imagem presente na mídia aponte o contrário, Bonner não é o JN, nem o JN é Bonner. Essa relação simbiótica precisa ser entendida como uma construção discursiva que reforça o poder do Jornal Nacional e esconde uma estratégia sutil: a “cara” do JN é o próprio JN. Assim, pouco importa quem ocupe a bancada, desde que expresse o jornalismo que a Globo achar mais adequado para o momento – garantindo que o JN continue líder de audiência, além do telejornal mais paradigmático do Brasil.

## NOTAS

\*Jornalista, mestre em Comunicação e Informação pela UFRGS e doutorando do PPGCOM/UFRGS.

<sup>1</sup> Este é um recorte da dissertação de mestrado “De apre-

sentadores a modelo: a construção da imagem de Fátima Bernardes e William Bonner como mito de perfeição” (2004). Apesar de ser difícil não vê-los como um casal, optei por abordar no artigo apenas a imagem de William Bonner – sem prejuízo às conclusões a que cheguei –, mesmo que em alguns momentos ele seja citado junto com a mulher.

<sup>2</sup> “[...] a principal função do mito consiste em revelar os modelos exemplares de todos os ritos e atividades humanas significativas: tanto a alimentação ou o casamento, quanto o trabalho, a educação, a arte ou a sabedoria” (ELIADE, 1994, p. 13). O mito constitui-se como um modelo vivo de conduta, “conferindo, por isso mesmo, significação e valor à existência” (ELIADE, 1994, p. 8). Mas também pode ser mais do que um modelo, pode encarnar uma força harmonizadora: “A função máxima de todo o mito e ritual, por isso, sempre foi, e certamente terá que continuar a ser, inserir o indivíduo, tanto emocional quanto intelectualmente, na organização local” (CAMPBELL, 2003, p. 376).

<sup>3</sup> O novo Jornal da Record, que estreou em 2006 sem a presença de Boris Casoy, não fez questão de esconder que é uma cópia do JN na formatação e abordagem das notícias. Tanto o casal de apresentadores, quanto grande parte dos repórteres, editores e equipe técnica são ex-integrantes do JN.

<sup>4</sup> Segundo Laplatine e Trindade, “o real é a interpretação que os homens atribuem à realidade. O real existe a partir das idéias, dos signos e dos símbolos que são atribuídos à realidade percebida” (2003, p. 12).

<sup>5</sup> Filio-me à teoria construcionista quando trato das mediações jornalísticas. Esta teoria indica que é preciso dissolver tensões e harmonizar dualidades dentro da redação para se chegar à notícia, em uma negociação constante entre diversos agentes sociais. Pelo construcionismo, as rotinas de trabalho sistematizadas e a biblioteca de modelos noticiosos em que o repórter sempre encontra uma forma predefinida para contar suas histórias permitem que os jornalistas transitem com maior segurança em um lugar de embate constante entre a liberdade, o rotineiro, o tempo e os custos de produção (TRAQUINA, 2001). Essa visão também abarca as fontes noticiosas e os demais jornalistas, proporcionando uma visão do grupo como categoria.

<sup>6</sup> O mito é composto de várias camadas sobrepostas, em que as variações em sua narrativa ajudam a fornecer um modelo lógico para resolver uma contradição. “O mito se desenvolverá como em espiral, até que o impulso intelectual que o produziu seja esgotado” (LÉVI-STRAUSS, 1996, p. 264-265).

<sup>7</sup> Cid Moreira e Sérgio Chapelin atuaram como apresentadores/narradores de 1972 a 1996, ano em que a Globo estrategicamente substituiu por jornalistas os apresentadores identificados com uma imagem governista. Os dois saíram com um alto índice de credibilidade e identificação com o público.

<sup>8</sup> O encerramento para as revistas tem um peso equivalente ao lead. Ao fechar com uma citação do entrevistado, o repórter cede à fonte a idéia geral da reportagem.

---

<sup>9</sup> Bonner não é apenas a personalidade do ano, mas quem estampou a capa comemorativa dos 30 anos da editora, como diz o editorial: “Cada um dos nossos números tem uma dedicação particular, mas este é ainda mais especial. Ele marca a comemoração dos 30 anos da Editora Três [...]” (SUASSUNA, 2002b, *IstoÉ Gente*, grifo meu). O sucesso de Bonner está no campo do superlativo, em que, se uma personalidade tem êxito, ela consegue adicionar algo ainda maior a esse campo.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Luís Edmundo. William Bonner. *IstoÉ Gente*, n. 176, p. 32-37, 16 dez. 2002.
- AVELINO, Luciana. Ó dúvida cruel. **Encontro Importante**, n. 27, mai. 2004. Disponível em: <<http://www.revistaencontro.com.br/maio04/educacao.asp>>. Acesso em: 20 mai. 2004.
- BARROS E SILVA, Fernando de. Análise: a nova Globo, ou 30 anos em 4 noites. **Folha de São Paulo**, 13 jul. 2002. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u34602.shl>>. Acesso em: 18 jul. 2002.
- BIRD, S. Elizabeth; DARDENNE, Robert W. Mito, registro e ‘estórias’: explorando as qualidades narrativas das notícias. In: TRAUQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.
- BONNER, William. **A redação do Jornal Nacional**. Disponível em: <<http://jornalnacional.globo.com/Jornalismo/JN/0,,3578,00.html>>. Acesso em 22. jun. 2006.
- CAMPBELL, Joseph. **As máscaras de Deus**: mitologia primitiva. 6. ed. São Paulo: Palas Athena, 2003
- CAMPBELL, Joseph. **O poder do mito**. 21. ed. São Paulo: Palas Athena, 2003.
- COEHN, Viviane. A nova cara do jornalismo da Globo. **IstoÉ Gente**, ed. 169, 28 out. 2002. Disponível em: <[http://www.terra.com.br/istoegente/169/reportagens/william\\_bonner.htm](http://www.terra.com.br/istoegente/169/reportagens/william_bonner.htm)>. Acesso em: 23 mar. 2003.
- CROITOR, Cláudia. Com exclusividade, Lula fica ao vivo por 1h15min no ‘JN’. **Folha de São Paulo**, 29 out. 2002. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u441773.shtml>>. Acesso em: 5 jun. 2003.
- ELIADE, Mircea. **Mito e realidade**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 1994.
- FÁTIMA e William Bonner. **Caras**, ed. 318, [s.p.], dez. 1999.
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- HAGEN, Sean. De apresentadores a modelo: a construção da imagem de Fátima Bernardes e William Bonner como mito de perfeição. **Dissertação**. Porto Alegre: UFRGS/Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, 2004. Disponível em: <<http://www.biblioteca.ufrgs.br/bibliotecadigital/2005-2/tese-fbc-491759.pdf>>
- LAPLATINE, François; TRINDADE, Liana. **O que é imaginário**. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- LEITE, Paulo Moreira. Jornalismo de campanha. **Época**, 15 set. 2002. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com/artigos/asp170720022.htm>>. Acesso em: 18 set. 2002.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia estrutural**. 5 ed., Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.
- LIMA, Paulo. Saia muito justa. **Revista Trip**, 22 abr. 2002. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/demo/colunas.cfm?id=5350autor=1>>. Acesso em: 11 jan. 2003.
- MARINELLI, Flávia. Superpoderosa. **Criativa**, n.156, p. 10-13, abr. 2002.
- ORLANDI, Eni. A incompletude do sujeito: e quando o outro somos nós?. In: ORLANDI, Eni (org.). **Sujeito e texto**. São Paulo: EDUC, 1988.
- ORLANDI, Eni. Silêncio, sujeito, história: significando nas margens. In: ORLANDI, Eni. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. 4. ed. Campinas: Unicamp, p. 63-96, 1997
- ORLANDI, Eni. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. 3. ed. Campinas: Pontes, 2001.
- ROSALEM, Viviane. A outra face de Bonner. **IstoÉ Gente**, 20 dez. 1999. Disponível em: <[http://www.terra.com.br/istoegente/20/reportagens/rep\\_bonner.htm](http://www.terra.com.br/istoegente/20/reportagens/rep_bonner.htm)>. Acesso em: 28 fev. 2003.
- SEBASTIÃO Néri: os pecados da Imprensa. **Saraiva.com.br**, [2004]. Disponível em: <<http://www.livrariasaraiva.com.br/not/entnery.htm>>. Acesso em: 12 mai. 2004.
- SIMÃO, José. Ueba! William bonner pegou dengue verborrágica!. **Folha de São Paulo**, 10 jul. 2002a. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1007200303.htm>>. Acesso em: 12. mar. 2004.
- SUASSUNA, Luciano. A última batalha da imagem. **IstoÉ Gente**, ed. 169, 28 out. 2002. Disponível em: <<http://terra.com.br/istoegente/169/bastidores/>>. Acesso em: 30 out. 2002.
- SUCESSO: William Bonner, a nova cara do jornalismo da Globo. **IstoÉ Gente**, ed. 169, 28 out. 2002. Disponível em: <[http://www.terra.com.br/istoegente/169/reportagens/william\\_bonner.htm](http://www.terra.com.br/istoegente/169/reportagens/william_bonner.htm)>. Acesso em: 23 mar. 2003.
- TEIXEIRA, Rodrigo. Segundo tempo. **Correio Brasileiro**, 22 set. 2002. Disponível em: <[http://www2.correioweb.com.br/cwEDICAO\\_20020922/sup\\_ctv\\_220902\\_47.htm?](http://www2.correioweb.com.br/cwEDICAO_20020922/sup_ctv_220902_47.htm?)>. Acesso em: 26 nov. 2002.