

O NATAL É INCLUSIVO NO *JORNAL NACIONAL*? ENTRE O DISCURSO NEOLIBERAL E A (SUPOSTA) DIVERSIDADE RELIGIOSA BRASILEIRA

IS CHRISTMAS INCLUSIVE AT *JORNAL NACIONAL*? BETWEEN THE NEOLIBERAL DISCOURSE AND THE (SUPPOSED) BRAZILIAN RELIGIOUS DIVERSITY

¿LA NAVIDAD ES INCLUSIVA EN EL *JORNAL NACIONAL*? ENTRE EL DISCURSO NEOLIBERAL Y LA (SUPUESTA) DIVERSIDAD RELIGIOSA BRASILEÑA

Duílio Fabbri Júnior

Centro Universitário Salesiano de São Paulo (UNISAL)
Faculdade Cáster Líbero
ORCID: 0000-0002-9408-7754
São Paulo, SP, Brasil

Francisco Gilson Rebouças Pôrto Júnior

Universidade Federal Fluminense (UFF)
Universidade Federal do Tocantins (UFT)
ORCID: 0000-0002-5335-6428
Niterói, RJ, Brasil

Recebido: 05/05/2024 / **Aprovado:** 12/09/2025

Como citar: FABBRI JR., D.; PORTO JR., F. G. R. O Natal é Inclusivo no Jornal Nacional? Entre o discurso neoliberal e a (suposta) diversidade religiosa brasileira. Revista GEMInIS, v. 16, p. 377–392, 2025.

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 3.0 Internacional.

RESUMO

Este trabalho realiza uma análise do *Jornal Nacional*, da *Rede Globo*, considerando as edições exibidas entre 19 e 24 de dezembro de 2022, período de celebração do Natal para os cristãos. O *Jornal Nacional* tem um público-alvo heterogêneo, reunindo várias classes socioeconômicas e culturais. Assim, este trabalho se propõe a discutir a veiculação de conteúdos relacionados ao cristianismo no telejornal. Aciona-se o corpo teórico metodológico da Análise de Discurso Francesa. Busca-se verificar se há inclusão na cobertura sobre o Natal e em que se ampara o discurso da emissora sobre o assunto. Os resultados mostram que a cobertura sobre a efeméride religiosa demonstra posicionamento neoliberal e culturalista, mas pouco aberto à diversidade.

Palavras-chave: *Jornal Nacional*; Discurso; Diversidade Religiosa.

ABSTRACT

This paper performs a analysis of *Rede Globo's Jornal Nacional*, aired between December 19th and 24th, 2022, the period includes the celebration of the birth of Jesus, for Christians. *Jornal Nacional* has a heterogeneous target audience, bringing together people from various socioeconomic and cultural classes. Therefore, this work proposes to discuss and understand the dissemination of content related to Christian Christmas. The methodological theoretical body of French Discourse Analysis was activated. Thus, the aim is to find out whether there is inclusion in the coverage of Christmas and what aspects the station's discourse on the subject is based. The results show that, even if it proposes to be a national news program, the coverage of the religious event demonstrates a neoliberal and culturalist position, but not very open to religious diversity.

Keywords: *Jornal Nacional*; Discourse; Religious Diversity.

RESUMEN

Este estudio efectúa una evaluación meticulosa del *Jornal Nacional*, de *Rede Globo*, teniendo en cuenta las ediciones transmitidas entre el 19 y el 24 de diciembre de 2022, lapso de conmemoración de la Navidad para los cristianos. El *Jornal Nacional* congrega un público objetivo heterogéneo, reuniendo diversas clases socioeconómicas y culturales. De este modo, este estudio se propone debatir la difusión de contenidos vinculados al cristianismo en el noticiero. Se moviliza el cuerpo teórico metodológico del Análisis de Discurso. Se intenta corroborar si existe inclusión en la cobertura sobre la Navidad y en qué se fundamenta el discurso del emisor sobre el tema. Los resultados evidencian que la cobertura sobre la efeméride religiosa manifiesta una postura neoliberal y culturalista, pero escasamente receptiva a la diversidad.

Palabras Clave: *Jornal Nacional*; Discurso; Diversidad religiosa.

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta, primeiramente, a visão sobre a diversidade religiosa no Brasil e as mudanças ocorridas nas últimas décadas, tendo como base os dados do Instituto DataFolha, consolidada fonte privada de dados demográficos por amostragem no Brasil. Em seguida, discute o discurso de inclusão religiosa no *Jornal Nacional (JN)*, principal telejornal da *Rede Globo*, emissora líder em audiência no país, e uma das cinco maiores do mundo em audiência e faturamento, de acordo com dados da Kantar, consultoria mundial de negócios de mídia¹. Assim, discute-se como as reportagens saem da área da diversidade religiosa e partem para a área da cultura. Por fim, é realizada uma análise discursiva de reportagens que envolvem temáticas de cunho religioso, apresentadas no referido telejornal entre os dias 19 a 24 de dezembro de 2022.

A data celebra, para os cristãos, o nascimento de Jesus. No Brasil, segundo pesquisa do Instituto DataFolha, dos 208 milhões habitantes, por autodeclaração: 50% são católicos; 31% são evangélicos; 10% são espíritas; 3% são umbandistas, candomblecistas ou de outras religiões afrobrasileiras; 2% pertencem a outras denominações; 1% considera-se ateu e 0,3% é judeu. O *JN* tem um público-alvo heterogêneo, reunindo pessoas de várias classes socioeconômicas e culturais. Como pensar, então, nas relações entre a cultura da mídia e a apropriação dos elementos do discurso religioso?

Acionaram-se o corpo teórico-metodológico a Análise de Discurso. Busca-se, assim, verificar se há inclusão na cobertura sobre o Natal e em que aspectos se ampara o discurso da emissora sobre o assunto: se há referências econômicas, culturais, caritativas ou religiosas. Tal estudo é importante, haja vista o poder de penetração deste telejornal, que atua de forma informativa e também ideológica.

2. A DIVERSIDADE RELIGIOSA NO BRASIL

Começamos essa reflexão a partir da palavra “religião”, termo que vem do latim, cujo significado, trazido por vários dicionários, é de “religare”, ou seja, “religar”. Isso possibilitar atingir o sentido de “um ligar de novo”, ou seja, “religar” os seres humanos com o sagrado, trazendo, por pressuposto, de que essa ligação é natural, intrínseca ao ser humano.

O termo “religião” não é exclusivo de um grupo ou de uma linha de pesquisa, embora vários grupos acreditem que assim seja. Na verdade, trata-se de um conjunto de crenças, mitologias, doutrinas ou formas de pensamento, e todas estão, de certa forma, relacionadas com a esfera do sobrenatural, divino, sagrado e transcendente, além de envolver também rituais e códigos morais. No

¹ Disponível em: <https://kantariobopemedia.com/conteudo/tipo-dado/audiencia-tv-pnt-top-10/>. Acesso em: 10 maio 2025.

Ocidente, a discussão parte, majoritariamente, de uma visão cristã, mas, quando se estudam outras sociedades, os significados podem variar de acordo com os atravessamentos ideológicos e culturais dos sujeitos: por exemplo, no hinduísmo, usava-se o termo *rita* para mostrar uma composição cósmica do mundo, em que todos os seres desse universo deveriam viver em harmonia. Depois, o termo foi substituído por *dharma*, que, no budismo, significa uma lei divina e eterna (Silveira, s./d.).

As variações de definições aumentam de acordo com as identificações de desejos e crenças de cada povo, que se ramifica, historicamente, a partir dos discursos religiosos clássicos, oriundos das civilizações mais antigas. Assim, surgem em cada grupo oposições como: o sacro, sagrado: aquilo que mantém uma ligação/relação com o(s) deus(es); o profano: aquilo que não mantém nenhuma ligação com o(s) deus(es); e o místico: tudo que se refere a um plano sobrenatural. Assim, pode-se abrir uma nova reflexão, uma vez que as várias concepções de divindade(s) estão vinculadas a uma harmonização e ao desenvolvimento do Universo e da criação da vida. Isso, por si só, já seria suficiente para estabelecer uma tolerância, uma não violência, uma aceitação, já que todos, a partir dessas denominações religiosas, buscam o equilíbrio espiritual.

No Brasil, essa questão é bastante observada ao longo da história. Ao observar os dados das últimas pesquisas do Instituto Datafolha, percebe-se que a diversidade está intimamente ligada aos povos que ajudaram a formar a sociedade brasileira. Por outro lado, ainda que a diversidade religiosa esteja presente no Brasil desde o período pré-colonial, uma vez que os grupos étnicos indígenas tinham várias faziam existir, no território hoje brasileiro, várias matrizes religiosas, até o fim do Império tal diversidade foi silenciada, em função da ligação entre Estado e Igreja Católica. Outras crenças só se manifestavam de forma clandestina, marginal e no anonimato, para que pudessem realizar os atos e ritos sem infringir a lei e sofrerem sanções estabelecidas na forma de prisão e castigos, sobretudo, quando essas manifestações envolviam os indivíduos escravizados.

Com a Proclamação da República, o Brasil se tornou um Estado Laico, deixando de ter o catolicismo como religião oficial. A atual Constituição Brasileira, de 1988, aborda o assunto sobre a diversidade religiosa como um direito fundamental do cidadão, no artigo 5º, que possui 77 incisos, cujo *caput* é o seguinte: “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade. (Brasil, 1988, *on-line*)”

Os incisos VI, VII e VIII tratam especificamente sobre as liberdades religiosas:

- VI - **é inviolável a liberdade de consciência e de crença**, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias;
- VII - é assegurada, nos termos da lei, a prestação de **assistência religiosa** nas entidades civis e militares de internação coletiva;

VIII - **ninguém será privado de direitos por motivo de crença religiosa** ou de convicção filosófica ou política, salvo se as invocar para eximir-se de obrigação legal a todos imposta e recusar-se a cumprir prestação alternativa, fixada em lei. (Brasil, 1988, *on-line*, grifos nossos)

Por ser um país de dimensões continentais e com a capacidade de receber povos de várias nações e religiões, o Brasil acaba projetando uma imagem de nação “plural”. O próprio aspecto histórico de miscigenação étnica e cultural está reforçado ao longo dos tempos por diferentes posicionamentos sociais e do próprio Estado. Pode-se pensar que essa pluralidade cultural se faz presente a partir de um processo multicultural, que transforma cada uma das culturas em contato e permite que sejam abrangidas parcelas maiores da população.

3. UMA SUPOSTA INCLUSÃO PELO DISCURSO

A partir de uma formulação teológica de laicidade no Brasil, e aqui estamos falando enquanto modelo único, empreendida por Casanova (1994) e Asad (2003), esses estudos trazem novas dimensões reflexivas para enfoques mais plurais. Esses conceitos começam, então, a considerar contextos nacionais, trajetórias singulares entre religião, modernidade, mídia e esfera pública, estabelecendo um pacto. Isso posto, pode se pensar em estilos distintos de laicidade, caminhos políticos, educacionais, culturais de construção desse regime democrático no Brasil, em que pactos foram firmados entre as religiões e o Estado.

A modernidade incorpora o avanço tecnológico com a tecnociência, ou seja, a ciência aplicada à tecnologia, que responde pelo desenvolvimento e o crescimento exponencial dos meios de comunicação de massa, da informática e da eletrônica, o que faz explodir o consumo, a circulação de discursos e atribuições de sentido na interlocução entre sociedade, mídia e religião. Esses discursos passam a fazer parte das estratégias de conquista de fiéis, por serem de fácil acesso, contribuindo para a difusão de crenças. No Brasil, a Constituição de 1988 é um marco nesse contexto de modernidade.

Efêmero, volúvel, desenraizado: essa é a projeção do sujeito moderno, impactado pela informação e quase um simulacro do que consome. Vivendo numa sociedade onipresente do audiovisual, das informações e das tecnologias digitais, esse sujeito vai se tornando “sem substância”.

Assim, o espetáculo invade o cotidiano na TV, nos filmes, nas revistas, na moda e, agora, principalmente, nas igrejas, que se apresentam como se fossem um show fantasioso e fantástico que atrai esse sujeito também narcisista, que só enxerga a própria imagem, eclética, feita de pedaços de objetos informatizados, vítima fácil da persuasão pela identificação:

Todo discurso é o índice potencial de uma agitação nas filiações sócio-históricas de **identificação**, na medida em que ele constitui ao mesmo tempo um **efeito dessas**

filiações e um trabalho (mais ou menos consciente, deliberado, construído ou não, mas de todo modo atravessado pelas determinações inconscientes) de **deslocamento** no seu espaço: não há identificação plenamente bem sucedida, isto é, ligação sócio-histórica que não seja afetada, de uma maneira ou de outra. (Pêcheux, 1990, p. 56)

Os processos de comunicação e circulação de discursos, resultado das transformações culturais, influência das mídias, podem impactar e constituir o pensamento e o posicionamento dos usuários. Certos discursos que circulam na mídia contemporânea produzem uma rede simbólica, que forja identidades a partir de uma “estética de si” (Foucault, 1994; 1995). Parte-se da premissa de que o discurso é heterogêneo e está exposto ao equívoco, porque se relaciona sempre com um discurso-Outro.

Essa alteridade nas sociedades e na história possibilita a ligação, a identificação, a transferência e a produção de sentidos. Tendo em vista essa perspectiva, pode-se observar que o conteúdo religioso está fortemente presente na programação dos canais de televisão aberta no Brasil, quer seja por meio de reportagens, programas religiosos (exibição de cultos, missas, pregações e outros gêneros de difusão) ou em produções culturais. Esse contexto midiático da religiosidade no Brasil torna-se, então, essencial para a compreensão da constituição cultural e discursiva brasileira, na tensão entre construção ideológica e persuasão de mais e mais pessoas.

É claro que, nesse processo, surgem discursos que visam à homogeneização e à identificação, como próprios dos processos de manipulação e conquista da opinião pública (Charaudeau, 2016, p. 37): “Diante da diversidade dos grupos sociais, só pode haver opiniões diversas, mas as instâncias do mundo político e midiático dedicam-se a homogeneizá-las (...) para melhor apropriar-se delas”. Nessa perspectiva, pode-se compreender a mídia como um possível meio de dominação ideológica, que ludibriaria a audiência com falsas promessas de inclusão e identidade.

A produção de sentido de identificação, nesse processo, traz uma responsabilidade, por parte de quem coloca as informações em circulação. A credibilidade para poder dizer a esse público-alvo, mais do que uma virtude obrigatória e fundamental, está ligada a valores técnicos e culturais próprios do polo da formulação do discurso. Já a identificação é fruto dos sentidos produzidos pelos interlocutores, no momento em que entram em contato com determinado discurso. Entre os dois, está a linguagem como objeto de manifestação.

4. ANÁLISE

O *JN*, exibido pela *Rede Globo*, de segunda à sábado, às 20h30, é o telejornal de maior audiência da TV brasileira, concentrando seu público nas classes B, C e D, com renda mensal na casa de dois salários mínimos, isto é, cerca de R\$ 2.500,00 ou US\$ 500,00. O jornal está no ar desde 1969,

tendo surgido durante o período da Ditadura Civil-Militar, como uma forma de promover o discurso de integração nacional (Gomes, 2010).

Para a análise proposta neste artigo, foram selecionadas as edições do *JN* entre 19 e 24 de dezembro de 2022, bastante importante e significativo para as religiões cristãs, em função da proximidade com o Natal que, no ano em questão, caiu em um domingo, dia em que não há exibição do jornal. Assim, a análise centra-se nas seis edições anteriores à data.

O quadro a seguir descreve as reportagens que, de modo tangencial ou explícito, abordaram temática religiosa durante a referida semana:

Tabela 1 – Descrição das reportagens com temática de religião no *JN* (19 a 24/12/2022)

Data	Tema	Duração	Conteúdo
19/12 (segunda-feira)	Decoração de Natal na cidade de Palmas	1'38''	Reportagem trata da decoração, com itens tradicionais e europeus, em cidade capital de um dos estados menos povoados do Brasil (Tocantins). As imagens retomam símbolos tradicionais da decoração da época (neve, urso polar, luzes), com entrevistados destacando o caráter estético e mensagens de positividade em relação ao Natal e ao Ano-Novo. Não há menção explícita a aspectos religiosos.
20/12 (terça-feira)	Alta no preço dos produtos típicos de Natal	2'	Os produtos da cesta de Natal (indicados pela reportagem como sendo uvas, castanhas, frutas secas, bacalhau e aves) subiram, em relação ao ano anterior, 11,3%. A inflação dos demais produtos era de 4,53. Reforça-se o caráter familiar da comemoração. Não há menção explícita a aspectos religiosos.
21/12 (quarta-feira)	-	-	-
22/12(quinta-feira)	Tradição de presépios em Minas Gerais	2'58''	Famílias de cidades do interior de Minas Gerais montam presépios de grandes dimensões. Nas falas dos entrevistados, há

			detalhes históricos da vida de Jesus, na perspectiva cristã-católica. Há imagens de encenações do nascimento de Cristo, que substituem presépios em uma das cidades citadas. O texto do repórter diz que a encenação é uma forma de ver como “se vivia naquela época”.
23/12 (sexta-feira)	Ação de um pedreiro em Goiás que constrói casas para doação	2’19’’	Há oito anos, um pedreiro, por iniciativa própria e assumindo os gastos, constrói casas para famílias pobres, entregues no período do Natal. Ele também distribui cestas básicas. A casa é tratada, no texto do repórter, como “presente de Natal” para uma família carente. Os entrevistados não mencionam a data.
23/12 (sexta-feira)	Previsão do tempo para a véspera de Natal	2’45’’	Previsão de chuvas para a noite de Natal, no Nordeste e em parte do Litoral do Brasil. Chuvas leves previstas em algumas cidades durante o dia. Citam-se todas as 27 capitais do Brasil, informando se haverá chuva ou não na noite de Natal.
24/12 (sexta-feira)	Voluntários que fazem ceias de Natal para doaram a famílias carentes	2’54’’	Reportagem, feita em São Paulo, trata de doações e de sentimentos como solidariedade. O texto do repórter informa que o número de pessoas com fome crescera nos últimos anos no Brasil. No início da reportagem, há uma definição de Natal: “Toda vez que uma família se reúne para celebrar, é Natal. Sempre que a falta, a preocupação abrem espaço para a alegria compartilhada, é Natal. E quando alguém tem muito a agradecer... E sempre que a gente dá a mão para o

			outro, sem esperar nada em troca, é Natal”. No final, há menção religiosa, na voz de um entrevistado, no caso, uma pessoa em situação de rua: “É pouco, mas Deus sempre manda”. A ceia de Natal, na forma de uma refeição doada a pessoas na rua, é composta por alimentos tradicionais natalinos, como uvas e pernil.
24/12 (sexta-feira)	Presépio flutuante nos rios da Amazônia	2’	Reportagem trata de um barco que circula entre as comunidades ribeirinhas, levando Papai Noel, árvore de Natal gigante, neve artificial (espuma) e rena. A proposta é, nas palavras de um entrevistado, “levar a igualdade às crianças”. Alimentos e brinquedos são entregues a comunidades, entre elas indígenas.
24/12 (sexta-feira)	Missa do Galo, em Roma, presidida pelo papa Francisco	34’’	Nota sobre a homilia do Papa, que tratou da necessidade de igualdade, dizendo que as principais vítimas da ganância são os mais vulneráveis e que a verdadeira riqueza não está nas coisas, mas nas pessoas.
24/12 (sexta-feira)	Retomada das visitas a Belém, na Cisjordânia	24’’	A cidade de Belém, onde Jesus nasceu, voltou a receber turistas depois de dois anos, por causa da pandemia.

Fonte: elaborada pelo autor, a partir do arquivo do telejornal na internet.

A partir das reportagens apresentadas, é possível verificar que o tratamento do *JN* ao Natal destaca aspectos culturais importados das tradições europeias, como os presépios, os alimentos da ceia e o Papai Noel, inclusive, mostrando como naturalizadas ações que podem ser consideradas como aculturação: afinal, no contexto brasileiro, qual seria a justificativa para definir o Natal, em uma comunidade indígena ou ribeirinha, como sendo um Papai Noel gigante, renas e neve? Vale lembrar que essas comunidades estão em uma região equatorial, com temperaturas e umidade bastante altas. Da mesma forma, a decoração de Palmas, na primeira reportagem da tabela, reforça um padrão

da época, muito característico no Brasil, mas pouco ligada a elementos religiosos: são árvores de Natal, luzes, Papai Noel etc.

A partir disso, percebe-se a materialização, no enunciado, do que expôs Pêcheux (1997, p. 315): “a insistência da alteridade na identidade discursiva coloca em causa o fechamento dessa identidade, e com ela a própria noção de maquinaria discursiva estrutural ... e talvez, também, a de formação discursiva”. Nesses termos, é possível começar a pensar que, considerando as condições de produção² do discurso do *JN*, as características observadas nessa reportagem não são exclusivas desse recorte, mas estão presentes como regularidades nos dias que se seguiram.

Embora tudo circule e se justifique, do ponto de vista editorial, pela proximidade com a festa de origem religiosa, o Natal no *JN* praticamente não menciona explicitamente aspectos religiosos. A figura de Jesus Cristo, por exemplo, não é citada em nenhum trecho de *off*³. Há apenas menções a elementos abstratos, como “fé” e “solidariedade” que, embora façam parte da mensagem religiosa, não são exclusivos dela. Apenas em algumas sonoras⁴, sobretudo na reportagem sobre os presépios, é que aparecem personagens, vindos do povo mais simples, abordando explicitamente temáticas religiosas.

Nos textos em que a emissora o repórter se colocam como responsáveis pelo enunciado, ou seja, sem a presença de sonoras do povo ou de especialistas, a presença religiosa ocorre de modo mais explícito apenas em duas notas cobertas⁵: na noite de Natal, sobre a Missa do Galo⁶, e sobre a volta da visitação a Belém por turistas.

A maior parte das imagens é do papa Francisco. Embora parta de um líder católico, o *JN* opta por falar de aspectos gerais, não exclusivamente religiosos: é a solidariedade, a ajuda aos vulneráveis e o combate à ganância. Há um elemento de coerência, explicado pela função-autor (Orlandi, 2009), pelo qual é garantida uma unidade discursiva: na reportagem sobre a entrega de ceias a pessoas em situação de rua, este também é o discurso, inclusive, com a tentativa de definição do que seja o Natal, com que a reportagem começa:

² Na esteira das definições de Orlandi (2009), entendemos “condições de produção” em sentido amplo, ou seja, não apenas o contexto de produção, mas também as projeções e imagens feitas a partir das condições de emergência de determinado discurso.

³ Por *off*, entende-se, no jargão do telejornalismo, os trechos em que apenas aparece a voz do repórter, que lê um texto em diálogo com as imagens editadas.

⁴ Sonoras são recortes de falas dos entrevistados que compõem as reportagens.

⁵ Nota coberta é um gênero em que as informações são lidas pelos apresentadores do telejornal. Essas informações são cobertas por imagens do fato relatado.

⁶ Essa celebração inicia-se, no Vaticano, sede mundial do Catolicismo, à meia-noite, representando a chegada do dia 25 de dezembro. Segundo a tradição ancestral, neste horário, um galo teria cantado forte, como nunca ouvido, anunciando a chegada de Jesus Cristo.

Toda vez que uma família se reúne para celebrar, é Natal. Sempre que a falta, a preocupação abrem espaço para a alegria compartilhada, é Natal. E quando alguém tem muito a agradecer... E sempre que a gente dá a mão para o outro, sem esperar nada em troca, é Natal. (*JN*, 24 dez. 2023, transcrição nossa)

Novamente, o aspecto religioso ficou por conta de um entrevistado, que, ao final, produz um enunciado, indicando o sentido de um deus providencial: “É pouco, **mas** Deus sempre manda”. A conjunção adversativa que divide as duas partes do enunciado reforça uma posição que não é exclusivamente religiosa, mas que compõe a religião: a ideia de resistência, de partilha e de resignação, presentes no discurso católico-cristão. Por sua vez, na nota sobre o turismo em Belém, há, de modo panorâmico, a presença da narrativa religiosa que funda o Natal, por meio de sintagmas designativos, como “cidade onde Jesus nasceu” e “igreja construída no lugar em que Jesus nasceu”. Há de se considerar ainda que essa abordagem aparece dissociada de outros símbolos tratados nas demais reportagens: aqui, não aparecem os símbolos tradicionais, como Papai Noel e neve, tampouco a mensagem de esperança e de solidariedade.

Nota-se também nessa e, em outras partes do *corpus*, como é o caso do barco que leva a “magia do Natal às comunidades ribeirinhas”, uma perspectiva de voluntariado e de assistencialismo que é capaz de produzir efeitos paliativos, mas não transformadores, bem ao estilo da política neoliberal. Nesse sentido, o que seria “magia”? Garantir uma noite feliz, para depois voltar ao mesmo lugar de vulnerabilidade? Essa perspectiva também não segue uma lógica religiosa, pela qual a grande proposta é a de transformação. O que mais se aproxima disso, embora não tratando pelo viés religioso, mas sim solidário e caritativo, é a reportagem sobre a doação das casas em Goiás, que metaforiza uma ação pontual transformadora. Nessa reportagem, por outro lado, não há qualquer menção a aspectos religiosos, apenas à ideia de passar o Natal feliz.

Um aspecto neoliberal que está implícito nessas abordagens da solidariedade é a redução do papel do Estado. As reportagens citam iniciativas de minimização (não exclusão) das diferenças sociais, sem mencionar que garantir as condições de dignidade é papel do Estado. Destaque-se ainda que, nesse mesmo período, o futuro governo Lula, a ser iniciado em 1º de janeiro de 2023, anunciava sua equipe ministerial e prometia programas de geração de renda e diminuição da pobreza. Acrescente-se a isso o fato de que o discurso neoliberal tem como característica promover “uma visão empreendedora e puramente econômica da vida e de todas as atividades humanas” (Guilbert, 2020, p. 22), o que aqui envolve, inclusive, a religiosidade e as comemorações dela derivadas.

O tratamento do *JN* ao assunto, no entanto, é fragmentado: trata da solidariedade, mas não das causas da pobreza e do papel do Estado. Por fim, resta dizer que, ao envolver aspectos econômicos, foco da reportagem de 20/12, reforçam-se aspectos culturais importados das festas

européias, como as aves natalinas, as frutas secas e o bacalhau, com uma preocupação que é também neoliberal: garantir o mínimo às famílias. Isso se manifesta, na reportagem, nas ideias de troca para as refeições: ainda que destaque ser uma tradição pratos mais elaborados, como o bacalhau e as aves especiais, são apresentadas opções mais baratas. Se não é possível levar o lombo de bacalhau, por exemplo, pode-se comprar as lascas ou peixes similares. Essas ações são reforçadas pela mensagem de esperança, de reunião familiar e de compartilhar momentos positivos. O Natal, assim, é transformado numa peça que poderia ser representada pelo “apesar de...”: apesar das diferenças, é Natal. Assim, no *JN*, em um discurso que se identifica com a incorporação da data como feito cultural no Brasil, o Natal é menos religioso e mais uma mensagem positiva, apesar das mazelas sociais brasileiras.

Mais uma vez, recorremos a Pêcheux (1990, p. 53), para quem “todo enunciado, toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar à interpretação”. Nesse sentido, pode-se concluir que, se o Natal for religioso para o *JN*, isso é mais um efeito de sentido produzido a partir de concepções diferentes de religião: a do telespectador e aquela oriunda das condições de produção do telejornal. Assim, “há “coisas-a-saber, isto é, descrições de situações, de sintomas e de atos (a efetuar ou evitar)”, como destacou também Pêcheux (1990, p. 35).

Embora a *Rede Globo* exiba, em sua programação, desde 1968 (três anos após a inauguração da emissora), a missa dominical, além de outros programas em que se explicita uma perspectiva religiosa (é o caso do programa matutino “Mais Você”, em que a apresentadora Ana Maria Braga assume ser devota da católica Nossa Senhora de Fátima), no *JN*, o discurso fica entre a identificação e o distanciamento.

A identificação se dá, no entanto, por meio de um discurso-outro, de uma heterogeneidade mostrada e marcada, como explicita Authier-Revuz (1996). Mostrar as fontes do discurso religioso – por meio de falas de personagens ou da mensagem do papa – e não deixá-lo como originário do discurso do repórter e, por consequência, do telejornal, é uma pretensão de estar num lugar neutro, a despeito de todas as influências recebidas. Quando trata de temáticas que, independem do valor religioso – como a solidariedade, a partilha e a esperança – o *JN* mostra-se como originário do discurso, embora, evidentemente, não o seja. Já quando a religião precisa ser nomeada, a heterogeneidade é marcada.

Essa é uma das características da informação noticiosa que os modos de produção procuram enfatizar, ainda que se saiba de sua impossibilidade, conforme demonstrado, tanto numa visada discursiva, quanto no interior das próprias teorias do jornalismo, mais especialmente pela lógica do

newsmaking (Tuchman, 1978; Sousa, 1999). As notícias são “fabricadas”, usando uma terminologia própria desses teóricos, a partir de uma série de ações: pessoal, social, ideológica, cultural, históricas e físicas, além de constrangimentos organizacionais e condições orçamentárias, num contexto industrial de produção.

É importante reforçar que, na semana analisada, o *JN* buscou referências natalinas – embora todas padronizadas nos mesmos símbolos – em várias regiões brasileiras (Manaus, Palmas, Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo), produzindo, assim, um efeito de naturalização e de padronização: o Natal como uma festa que integra o povo nacionalmente em torno de valores que, ao menos na representação do telejornal, não estão associados *exclusivamente* ao rito religioso, sendo representados mais por aspectos culturais e econômicos. Dessa forma, vão se construindo as coisas-a-saber sobre religião no Brasil, muito mais como manifestação cultural do que propriamente teológica, o que também é prova da simplificação da abordagem sobre religiosidade no *JN*, estratégia que torna possível a identificação, a simplificação e a homogeneização do discurso.

Cria-se assim, também, uma relação com o entretenimento. Não se trata de mostrar notícias que se valoram a partir da ideia de conflito. No lugar, entram abordagens sobre o já esperado, o já-dito sobre o Natal, a religião, o período do fim de ano e suas construções simbólicas. Há menos notícia e mais entretenimento, o que favorece a identificação do interlocutores. A inclusão não se dá pelos aspectos religiosos, mas pelo caráter emocional e estético do discurso. Trata-se de uma estratégia eficaz: ainda que o Natal seja uma festa cristã, no contexto da diversidade brasileira, fala-se menos em aspectos religiosos e mais sobre afeto, decoração e simbologias típicas de dezembro. Por outro lado, ao tratar o Natal como um fato natural, em torno do qual todos os esforços parecem convergir no fim do ano, a abordagem da emissora também produz efeitos que servem como um reforço da posição colonial e eurocêntrica.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todo o processo de midiaticização da religião ganha dimensões outras, quando articuladas com os processos midiáticos que as circunscrevem, entre eles o processo de simplificação e de estímulo à informação pela curiosidade, típicos do processo televisivo. Na cobertura do espaço do discurso religioso, em que se debruçou este trabalho, ainda há muito o que se analisar, principalmente, no que tange à cultura e à mídia.

A análise aqui realizada demonstrou, no entanto, que, no discurso do *JN*, no período analisado, é materializada uma “promessa” de inclusão, por meio de uma suposta religiosidade, que

aparece revestida de neoliberalismo e de uma tentativa de homogeneização aculturada dessa formação discursiva.

Esta investigação mostrou que abordagem do Natal cristão pelo *JN* é genérica. A consideração sobre a diversidade religiosa no Brasil é representada por meio de um silenciamento: fala-se explicitamente, em poucos momentos, que se trata de uma festa religiosa. Apesar disso, pela tradição predominantemente cristã brasileira, a religiosidade fica como ponto menor, que produz efeitos a partir dos telespectadores e não pelo tratamento do tema pela emissora. O ideal de integração nacional, pelo qual o *JN* veio a público em 1969 continua a produzir novas estratégias e efeitos.

Nas reportagens, entram aspectos econômicos, bem concernentes à proposta neoliberal, que tudo transforma em finanças: o gasto com a produção dos presépios, a retomada do turismo, a alta do valor dos produtos da ceia. O Natal é, assim, tratado como uma data cultural do calendário, como se fosse uma comemoração de todos, para todos. Incluir pelo silenciamento ou pelos implícitos não é inclusão, mas naturalização de um processo histórico que, repetidas vezes, torna-se inquestionável pelo sujeito.

No que se refere à linguagem, o que se encontra no *JN* é a padronização e, conseqüentemente, a maneira de tratar todos os brasileiros com a forma com que as notícias são veiculadas. Ao abordar de forma superficial, colocando o religioso em segundo plano, o *JN* produz efeitos também genéricos, de modo a reforçar uma abordagem neoliberal.

Por fim, resta dizer que diversas manifestações religiosas, no Brasil, merecem cobertura da imprensa, não só pelas multidões que envolvem, mas também, pelos aspectos econômicos envolvidos e que, como vimos, torna-se critério de abordagem noticiosa. Assim, os dados aqui representam um passo na compreensão da complexidade do tema, o que poderá ser aprofundado em pesquisas futuras que abordem, por exemplo, como se comporta o *JN* nas coberturas de festas e rituais originários em outras manifestações, como é o caso da festa de Iemanjá (tradicional nas religiões de matriz africana, sobretudo no Nordeste do País), dos rituais de tradições religiosas orientais, como o messianismo, ou de eventos evangélicos, como a Marcha para Jesus.

REFERÊNCIAS

ASAD, T. **Formations of the secular**. Christianity, Islam, Modernity. Stanford: Stanford University Press, p. 27-53.

AUTHIER-REVUZ, J. **Palavras incertas**: as não coincidências do dizer. Campinas: Unicamp, 1998.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 5 de outubro de 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 23 jul. 2023.

- CASANOVA, J. **Public religions in the modern world**. Chicago: University Chicago Press, 1994.
- CHARAUDEAU, P. **A conquista da opinião pública**. Como o discurso manipula as escolhas políticas. São Paulo: Contexto, 2016.
- FOUCAULT, M. Les Techniques de soi. In: **Dits et Écrits**. Paris: Gallimard, Vol. IV, 1994, p. 783-813.
- FOUCAULT, M. O sujeito e o poder. In: RABINOW, P.; DREYFUS, H. **Michel Foucault: Uma trajetória filosófica - Para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995, p. 231-249.
- GOMES, I. M. M. O *Jornal Nacional* e as estratégias de sobrevivência econômica e política da *Globo* no contexto da Ditadura Militar. **Revista Famecos**, v. 17, n. 2, maio-ago. 2010, p. 5-14. **Disponível em:** <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/7537/5402>. **Acesso em:** 20 jul. 2023.
- GUILBERT, T. **As evidências do discurso neoliberal na mídia**. Campinas: Editora da Unicamp, 2020.
- PÊCHEUX, M. A Análise de Discurso: três épocas In: GADET, F.; PÊCHEUX, M. **Por uma análise automática do discurso**. 3. ed. Campinas: Ed. Unicamp, 1997, p. 311-319.
- PÊCHEUX, M. **O discurso: estrutura ou acontecimento?** Campinas: Editora da Unicamp, 1990.
- ORLANDI, E. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2009.
- SILVEIRA, R. M. G. **Diversidade religiosa**. S./l., S./d. **Disponível em:** http://www.dhnet.org.br/dados/cursos/edh/redh/03/03_rosa2_diversidade_religiosa.pdf. **Acesso em:** 20 jul. 2023.
- SOUSA, J. P. **As notícias e os seus efeitos**. Coimbra: Minerva Coimbra, 2000.
- TUCHMANN, G. Making news by doing work: routinizing the unexpected. **American Journal of Sociology**. Chicago, v. 79, n. 1, jul. 1973, p. 110-131.

Informações sobre o Artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese: Não se aplica.

Fontes de financiamento: Não se aplica.

Apresentação anterior: Uma parte deste estudo foi apresentada, de forma oral, na *The 13th Biennial Conference on Media, Religion and Culture*, na Universidade de Bochum, Alemanha, em agosto de 2024.

Agradecimentos/Contribuições adicionais: Não se aplica.

Duílio Fabbri Júnior

Doutor em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), mestre em Comunicação e Mercado pela Faculdade Cásper Líbero, graduado em Jornalismo pela PUC-Campinas. Realizou pós-doutorado em Ciências, Tecnologia e Inclusão na Universidade Federal Fluminense (UFF). Reitor do Centro Universitário Salesiano de São Paulo (Unisal) e professor da Faculdade Cásper Líbero.

E-mail: juniorduilio@uol.com.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9408-7754>

Francisco Gilson Rebouças Pôrto Júnior

Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal da Bahia, mestre em Educação pela Universidade de Brasília (UnB) e graduado em Jornalismo, Pedagogia, História e Letras. Realizou estudos de pós-doutoramento na Universidade de Coimbra (Portugal), em Cádiz (Espanha) e nas brasileiras UnB e Unesp. Professor na Universidade Federal do Tocantins (UFT) e no Programa de Pós-Graduação em Ciências, Tecnologia e Inclusão da Universidade Federal Fluminense (UFF).

E-mail: gilsonportouft@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5335-6428>