

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CAMPUS FREDERICO WESTPHALEN
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO - BACHARELADO

Adriel Ribeiro Sturzbecher

**MODO DE ENDEREÇAMENTO NO INFOTENIMENTO TELEVISIVO:
UM ESTUDO DO PROGRAMA BALANÇO GERAL**

Frederico Westphalen, RS
2024

Adriel Ribeiro Sturzbecher

**MODO DE ENDEREÇAMENTO NO INFOTENIMENTO TELEVISIVO:
UM ESTUDO DO PROGRAMA BALANÇO GERAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo Bacharelado do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, Campus Frederico Westphalen (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau em **Jornalismo Bacharelado**.

Orientador: Prof. Dra. Janaína Gomes

Frederico Westphalen, RS
2024

Adriel Ribeiro Sturzbecher

**MODO DE ENDEREÇAMENTO NO INFOTENIMENTO TELEVISIVO:
UM ESTUDO DO PROGRAMA BALANÇO GERAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo Bacharelado do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, Campus Frederico Westphalen (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau em **Jornalismo Bacharelado**.

Aprovado em 12 de agosto de 2024:

Janaína Gomes (UFSM)
(Presidente/Orientador)

Fabio Silva (UFSM)

Cláudia Herte de Moraes (UFSM)

Frederico Westphalen, RS
2024

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus "eus" do passado, que enfrentaram inúmeras batalhas e superaram desafios com coragem e determinação. É graças à força que acumulei ao longo do tempo que hoje sou capaz de alcançar este marco. Cada luta travada e cada obstáculo superado contribuíram para a construção da minha resiliência e do meu conhecimento. Este trabalho é um tributo à jornada que me trouxe até aqui e à força inerente que me moveu em cada etapa da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Neste espaço, gostaria de mostrar minha gratidão à minha orientadora, Janaina Gomes, por sua orientação inestimável, paciência e sabedoria. Me conscientizou dos erros que cometi, e me ensinou o caminho para corrigi-los. Me deu puxões de orelha quando foi necessário. Foi minha bússola quando me senti perdido. Também vibrou comigo quando fizemos progresso. Suas sugestões e comentários foram fundamentais no desenvolvimento deste trabalho.

Agradeço muito ao meu pai, Jairo Sturzbecher, que sempre acreditou em mim e me deu suporte quando precisei. Nunca deixou de notar quando eu andava cabisbaixo. Sempre com a faceta franzida, preocupada, me perguntando: "que foi, filho?" . Sem o teu amor, a compreensão e os teus sacrifícios, esta conquista não seria possível.

A Dona Luciana Ribeiro também. Minha mãezinha. De vez em sempre me perguntava como estavam indo as coisas. Às vezes não íam nada bem, mas eu escondia um pouco minhas frustrações. Só que eu acho que nunca te enganei, não é? Muito obrigado por sempre olhar por mim. E por sempre me abrigar nas férias quando eu precisava de um retiro.

Meus amigos: Lucas, com quem sempre compartilho mágoas, conversas randômicas, rolês e afins. Fernando e Lucas Guerra, que são meus parças há muito tempo. Luan, um carinha de quem eu de certa forma fui o mentor, Hahahaha! Natan, com quem compartilho uma amizade desde a primeira série, e o cara que une todo mundo para aquela mesinha de Dungeons e Dragons nos finais de semana. E os demais que eu não pude citar aqui. Vocês, que estiveram ao meu lado nos momentos de desafio e celebração. A amizade, o incentivo e as palavras de motivação de vocês foram essenciais para que eu pudesse chegar até aqui.

A todos que cuidaram de mim nos últimos anos, meu mais sincero 'Muito Obrigado'.

*"So close, no matter how far
Couldn't be much more from the heart
Forever trusting who we are
And nothing else matters."*

(James Hetfield)

RESUMO

**MODO DE ENDEREÇAMENTO NO INFOTENIMENTO TELEVISIVO:
UM ESTUDO DO PROGRAMA BALANÇO GERAL**

AUTOR: Adriel Ribeiro Sturzbecher

ORIENTADOR: Janaína Gomes

Nesta pesquisa, trazemos a análise do telejornal Balanço Geral-SP, abordando os modos de endereçamento que assume na produção dos conteúdos, com a finalidade de compreender a forma como o telejornal estabelece sua relação com a audiência. Este trabalho tem como objetivo fazer uma análise da sustentação do endereçamento do programa a partir de características temáticas, a apresentação do *fait divers* nas reportagens exibidas, do conteúdo noticioso informativo e opinativo nas apresentações. O estudo se baseia na aplicação das fundamentações teóricas referentes à história do telejornalismo brasileiro, os conceitos de infotenimento, formatos informativos e opinativos da notícia, e os operadores de análise de modos de endereçamento. É uma pesquisa mista, feita por meio de análise de conteúdo categórica. Dentre os principais resultados obtidos, destacamos a presença de uma padronização no formato das matérias, bem como, a presença abundante de comentários nas suas apresentações. Destacamos que os principais operadores de modos de endereçamento do programa são: mediador, pacto sobre papel do jornalismo e temáticas.

Palavras-chave: Telejornalismo; infotenimento; endereçamento.

ABSTRACT

ADDRESSING MODE IN TELEVISION INFOTAINMENT: A STUDY OF BALANÇO GERAL PROGRAM

AUTHOR: Adriel Ribeiro Sturzbecher

ADVISOR: Janaína Gomes

In this research, we bring the analysis of the television news program Balanço Geral-SP, focusing on the addressing modes it employs in content production to understand how the program establishes its relationship with the audience. The aim of this work is to analyze the program's addressing strategies based on thematic characteristics, the presentation of fact divers in the shown reports, and the informative and opinionated news content in its presentations. The study is grounded in theoretical foundations related to the history of Brazilian television journalism, concepts of infotainment, informational and opinative news formats, and the addressing modes analysis operators. It is a mixed-method research conducted through categorical content analysis. Among the main results obtained, we highlight the standardization in the format of the reports and the abundant presence of commentary in their presentations. We emphasize that the main operators of the program's addressing modes are the mediator, the pact regarding the role of journalism, and thematic.

Keywords: Television journalism, infotainment, addressing.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Estrutura Técnica nas matérias analisadas do Programa Balanço Geral-SP (2023)....	54
Figura 2 - Presença de Texto do Âncora (comentário) Opinativo e Informativo nas matérias.... do Programa Balanço Geral (2023).....	56
Figura 3 - Elementos de Infotainment presentes nas matérias do Programa Balanço Geral-SP (2023).....	58
Figura 4 - Análise da múltipla contagem de Operadores de Modos de Endereçamento nas matérias do Programa Balanço Geral-SP (2023).....	69

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Quadro Teórico Metodológico.....	49
---	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Temáticas dos fatos noticiáveis por dia	52
Tabela 2 -Evidências de Operadores de Modos de Endereçamento nas matérias do... Programa Balanço Geral-SP (2023).....	64

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
2 TELEJORNALISMO BRASILEIRO.....	15
2.1 HISTÓRIA DO TELEJORNALISMO BRASILEIRO.....	16
2.2 TELEJORNALISMO BRASILEIRO E AS HERANÇAS ESTADUNIDENSES.....	21
3 JORNALISMO E ENTRETENIMENTO: INFOTENIMENTO.....	25
3.1 <i>FAIT DIVERS</i>	33
4 JORNALISMO OPINATIVO E INFORMATIVO NA TELEVISÃO.....	37
4.1 INFORMATIVOS.....	37
4.2 OPINATIVOS.....	40
5 MODO DE ENDEREÇAMENTO.....	41
6 METODOLOGIA.....	49
7 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	52
7.1 ANÁLISE DOS OPERADORES DE MODOS DE ENDEREÇAMENTO.....	63
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	70
REFERÊNCIAS.....	73

1 INTRODUÇÃO

Sabemos que o telejornalismo ocupa um importante lugar no pódio da comunicação social. Desde sua chegada ao Brasil, na década de 1950, o telejornalismo foi se consolidando cada vez mais entre o público, e se adequando às novas tecnologias e às necessidades e usos do público-alvo (MELLO, 2009).

Nesse contexto, cabe sinalizar que a evolução do telejornalismo brasileiro ao longo dos anos, foi muito influenciada pela cartilha norte-americana, tanto na estrutura comercial e administrativa quanto nos processos de produção televisiva.

No telejornalismo encontramos diversos formatos de programas e de apresentação de assuntos noticiáveis que podem contemplar tanto o eixo informativo quanto o eixo opinativo. Rezende (2009) , Temer (2007), Torres (2008) e Veiga (2000) enumeram dentre os formatos informativos, as notas, notícias, reportagens, *flashes*, *entrevistas* e indicadores como as principais formas de sintetizar um assunto noticiável para transmitir suas informações à audiência. Cada um destes formatos apresenta suas particularidades em suas construções e utilizações, aparecendo conforme a preferência de uso da produção do programa ao noticiar um fato.

Também no telejornalismo, ocorre que alguns assuntos são abordados de uma forma que transcende a barreira do jornalismo informativo e passam a possuir características que se assemelham mais a uma forma de transmitir perspectivas e entendimentos ao público. Entre os formatos do telejornalismo, Rezende (2009) e Torres (2008) especificam três que possuem propriedades essenciais opinativas, sendo eles o editorial, a crônica e o comentário.

Na atualidade, impressiona a evolução do entretenimento no jornalismo, como ele está presente na veiculação das informações. Surge daí o termo infotenimento, que seria a soma dos termos informação e entretenimento. O infotenimento, ou jornalismo de entretenimento, se caracteriza como um espaço de reportagens voltadas para informação e entretenimento, como assuntos de estilo de vida, fofocas e notícias de interesse, para atrair a atenção do público. O termo sintetiza de forma clara e objetiva a intenção editorial do papel do entretenimento no jornalismo, pois segue os princípios básicos de atender às necessidades de informação dos destinatários (DEJAVITE, 2007).

De Aguiar (2020) nos diz que entretenimento prevalece na mídia contemporânea. Mesmo especialmente em produtos jornalísticos, como os telejornais, onde a matéria-prima é a informação, os apelos aos sentimentos ou emoções se mostram valorizados. Na programação televisiva, a união entre a informação e o entretenimento é um interesse comercial das empresas de telecomunicações por conta da capacidade do infoentretenimento de gerar atração do interesse público para o produto de televisão que virá a ser transmitido e consumido.

Nesse contexto surge o conceito de *fait divers*, um termo inicialmente utilizado na imprensa francesa para definir a notícia do dia, geralmente sendo atribuído a um fato inusitado ou chocante, que potencialmente vai atrair grande interesse do público. Segundo os estudos de Dejavitte, é relacionado a notícias variadas que possuem importância circunstancial, sendo um elemento inerente à promoção e alimentação do entretenimento em um noticiário. Os *fait divers* são tecnicamente informações de caráter monstruoso que guardam uma semelhança impressionante com os fatos anômalos ou triviais que normalmente se enquadrariam na categoria da diversidade. É também informação total, ou mais precisamente, imanente, que contém todo conhecimento: não é preciso saber nada sobre o mundo para consumir *fait divers*; ele se refere a nada além de si mesmo (DEJAVITE, 2001).

Com essa base teórica foi possível analisar o Programa Balanço Geral-SP, um programa jornalístico local brasileiro da Rede Record do estado de São Paulo com apresentação de Reinaldo Gottino. A motivação para trazer uma pesquisa tendo este programa como *corpus* tem inspiração no fato de que o Balanço Geral se destaca entre os programas que possuem estilo sensacionalista. Analisar um programa de caráter sensacionalista pode oferecer *insights* sobre como a mídia molda a produção de notícias de eventos e questões sociais. Estudar como o programa seleciona e apresenta suas matérias pode revelar práticas jornalísticas e estratégias de narrativa que influenciam a compreensão e a reação do público.

O problema de pesquisa se apresenta na forma da seguinte pergunta: quais são as características da expressão do endereçamento como conceito atualizado no programa televisivo em análise? Com isso, o objetivo geral deste trabalho foi identificar e analisar as características que sustentam o endereçamento no telejornal Balanço Geral-SP com seu público. Os objetivos específicos são identificar a tematização do Programa; analisar como os *fait divers* estão apresentados nas temáticas durante o período estudado; identificar o conteúdo

noticioso informativo e opinativo do programa e sintetizar e evidenciar os aspectos basilares do modo de endereçamento do telejornal, corpus deste trabalho.

Para alcançar os objetivos, o estudo tem como base a Pesquisa Bibliográfica para compreensão histórica e teórica condizente com o objeto investigado. Assim, o método de pesquisa utilizado foi a pesquisa qualitativa mista, de caráter exploratório, por meio de análise de conteúdo categórica. Foram realizadas observações de caráter qualitativo sobre o conteúdo jornalístico transmitido pelo telejornal em algumas temáticas, e, em seguida, levantamento, análise e comparação das informações encontradas, e então, a apresentação dos resultados obtidos.

O trabalho está dividido em oito capítulos. Neste capítulo introdutório, são apresentados, a justificativa e os objetivos deste estudo. O Capítulo 2 se apresenta dividido em duas seções, que versam sobre a história do telejornalismo no Brasil, destacando alguns acontecimentos que marcaram sua trajetória ao longo das décadas, bem como um item que destaca algumas das influências do telejornalismo norte-americano no telejornalismo do Brasil. O Capítulo 3 aborda o infotimento, elucidando o conceito como a união do jornalismo que informa, com o entretenimento, seguindo com a seção 3.1 que apresenta o *fait divers* e sua significância para o infotimento. No Capítulo 4, são apresentados os formatos de telejornalismo informativos e opinativos. No Capítulo 5, temos a apresentação da fundamentação teórica do modo de endereçamento, e os operadores usados para a análise. O método do estudo foi apresentado no capítulo 6. Resultados e conclusão seguem nos capítulos 7 e 8, respectivamente.

2 TELEJORNALISMO BRASILEIRO

Neste capítulo, dividido em suas seções, abordaremos o telejornalismo brasileiro em duas partes. Em um primeiro momento, estaremos fazendo uma revisão bibliográfica abordando sua história, e em seguida, traremos um destaque às heranças da cartilha norte-americana estabelecidas no nosso telejornalismo.

2.1 HISTÓRIA DO TELEJORNALISMO BRASILEIRO

No Brasil, muito do que se faz no telejornal é inegavelmente marcado por limites: tempo de produção, conteúdo e espaço. Os noticiários normais da televisão não duram mais de 30 minutos, mas o Jornal Nacional dura em média 28 minutos, com reportagens que não ultrapassam dois minutos. A linguagem deve ser curta. Atenção ao horário. Tudo em nome da lógica da produtividade: quanto mais atrativas as matérias, mais audiência o telejornal terá e consequentemente terá mais lucro (CRUZ, 2013).

Muitas limitações se devem às próprias características da mídia, como a predominância de imagens sob a palavra código, mas na história do desenvolvimento do telejornalismo brasileiro também há condições de produção que o caracterizam até hoje (CRUZ, 2013).

A partir das ideias do teórico Habermas sobre as mudanças estruturais na esfera pública que para o escritor perderam seu potencial crítico com o desenvolvimento da sociedade capitalista, procura-se mostrar que o desenvolvimento do jornalismo no Brasil também está relacionado às mudanças capitalistas. O desenvolvimento da televisão também reflete a lógica capitalista, que, a partir do desenvolvimento histórico da mídia, se caracteriza pela concentração da mídia, lógica mercadológica e indústria cultural (CRUZ, 2013).

Para Rezende, há uma grande influência capitalista na forma de se fazer televisão no Brasil, algo que se evidencia pelo faturamento publicitário aumentado por uma grande audiência.

Sob o controle rígido da ditadura do lucro, os programas e a linguagem que a TV emprega se adaptam, na forma e no conteúdo, ao perfil do público aos quais se dirigem. A fórmula adotada pelo sistema comercial de TV é simples: uma audiência maior aumenta o faturamento publicitário e agrega rentabilidade às empresas de televisão. Tal lógica de produção sacrifica o espectador cidadão e exalta o telespectador consumidor, referência básica de toda essa operação mercantil' (REZENDE, 2000, p. 25).

Caparelli (1982, apud CRUZ, 2013 p. 19), divide a história do crescimento da televisão no Brasil em duas fases: a primeira, que compreende o período entre os anos 1950 e 1964; e um outro período, pós- 64.

O primeiro período é amplamente caracterizado pelo estilo empresarial de governo do Brasil, do qual o Império Chateaubriand é o maior exemplo. A década de 1950 marcou uma virada na história da comunicação, quando a televisão começou a transmitir em 18 de

setembro de 1950. Além disso, o dinamismo do empresário Chateaubriand criou um novo símbolo para o país: a TV Tupi, que inicialmente transmitia para 100 televisores em São Paulo. No dia seguinte à inauguração, a TV Tupi exibe seu primeiro telejornal: o "Imagens do Dia", que trazia imagens brutas dos acontecimentos do dia. Nesse contexto, a história do telejornalismo no Brasil se confunde com a história da televisão (CRUZ, 2013).

No início, a linguagem da televisão era próxima da linguagem do rádio, com frases longas e exploração de vários detalhes relacionados ao assunto. Com esse formato, o programa Repórter Esso se destacou da multidão. Foi ao ar pela primeira vez na televisão em 1952, com 33 minutos de duração, e permaneceu influente por 18 anos. No entanto, as emissoras brasileiras não aumentaram a proporção de telejornais em seus programas até a década de 1960 (CRUZ, 2013).

No final da década de 1960, dois fatores foram importantes para o jornalismo brasileiro: a fundação do Jornal Nacional e o desligamento do Repórter Esso da TV Tupi, que na época já estava à beira da falência. A segunda fase é, portanto, caracterizada pelo capital estrangeiro integrado à indústria da informação, cuja maior manifestação é a Rede Globo de Televisão, que é de capital totalmente privado, incluindo recursos estrangeiros que pagam pela violação da lei brasileira, a Constituição. Em 1962, foi assinado um contrato entre as Organizações Globo e a empresa estrangeira *Time Life*, que dotou a emissora de meios para melhorar a infraestrutura e a qualidade técnica (CRUZ, 2013).

Segundo Rezende, o golpe cívico-militar de 1964 teve forte repercussão nos meios de comunicação de massa porque o sistema político e a situação econômica do país se formaram a partir da definição do modelo econômico de desenvolvimento nacional. Além disso, o autor aponta que durante os 21 anos de regime militar, esse financiamento serviu como instrumento coercitivo para controlar os bancos e os meios de consolidação do governo. Assim, o contexto influenciou o posicionamento do telejornalismo em meio a esse panorama.

Os meios de comunicação adotaram uma posição de sustentação das medidas governamentais. Greves, agitações, atentados e conflitos não faziam parte da cobertura jornalística. Essa distorção era viabilizada pelos telejornais das emissoras, já estabelecidas em redes nacionais (REZENDE, 2000, p.50).

Devido ao rígido controle da censura militar em matéria de conteúdo e linguagem, as emissoras que mantinham telejornalismo em sua grade acabavam em redações com programas de entretenimento. Consequentemente, sem profundidade nas notícias sobre política ou

sociedade, e sem liberdade para produzir notícias, a imprensa brasileira foi perdendo o contato com a realidade brasileira. Diante de tal situação, Luís Fernando Marcondes, editor de imprensa da Globo, disse que não se pode esperar conteúdo no jornalismo, mas sim superficialidade. Informações que criam apenas conversas banais entre as pessoas (CRUZ, 2013).

Na década de 1970, a Rede Globo foi a que mais se beneficiou dos avanços tecnológicos apresentados na televisão brasileira: a criação de um "padrão global de qualidade", slogan que se reforça até hoje. A emissora investe no aprimoramento de sua linha de programação. A preocupação estética, porém, colocava em risco o desenvolvimento do conteúdo jornalístico da emissora. Os cuidados com a forma como as notícias eram apresentadas, visíveis na escolha das manchetes, locutores, qualidade das imagens e circulação dos artigos foram por sua vez contrabalançadas. O mais importante foi a capacidade de se adaptar cada vez mais às possibilidades da linguagem televisiva (CRUZ, 2013).

Segundo Cruz (2013), a Globo ditou as regras do telejornalismo no país, embora não tenha sido historicamente a “criadora” do telejornalismo no Brasil. Ao vincular textos a imagens e torná-los mais acessíveis e atrativos ao público, e ao criar uma rígida rede de programação, a emissora tornou-se um modelo influente do telejornalismo brasileiro. O modelo internacional, principalmente o modelo norte-americano, foi o principal guia da TV Globo. A emissora considerou a ideia de fazer um jornal nacional baseado em um modelo já existente nos Estados Unidos.

O Jornal Nacional foi o primeiro noticiário em rede nacional da televisão brasileira, gerado no Rio de Janeiro, sede da TV Globo, para suas emissoras em vários locais do país, ao vivo, através de um sistema da Embratel, o qual associava a emissão por microondas e por satélite. Criado por uma equipe liderada pelo jornalista Armando Nogueira, teve sua estreia em 1º de setembro de 1969 e é o mais antigo telejornal no ar. Foi o pioneiro em mostrar reportagens em cores, o primeiro a exibir imagens, via satélite, de acontecimentos internacionais ao mesmo instante em que eles ocorriam. O estilo da linguagem e narrativa e a figura do repórter de vídeo tinham os telejornais norte-americanos como modelo. Implementando os avanços tecnológicos e fazendo modificações em sua linha editorial de acordo com as circunstâncias, mantém, ainda hoje, a liderança de audiência (PASTERNOSTRO, 2006).

Como uma forma de prestação de serviço, surgiu a experiência de um telejornal em horário matutino. De segunda a sexta às 7h da manhã, estreia em 1977, na TV Globo de São Paulo, o programa Bom Dia São Paulo, utilizando pela primeira vez no jornalismo diário, o equipamento UPJ (unidade portátil de jornalismo), com repórteres entrando ao vivo de vários locais da cidade, transmitindo informações como tempo, trânsito, movimento na cidade, aeroportos, entre outros. Em pouco tempo, as praças e emissoras afiliadas da Rede Globo implantaram o Bom Dia Praça, no mesmo horário e regionalizado. A característica comunitária desse telejornal permanece até os dias atuais (PASTERNOSTRO, 2006).

O telejornal local em horário matutino já havia conquistado espaço, e a Rede Globo lança em 1983, um noticiário em rede nacional gerado em Brasília, dando prioridade aos assuntos políticos e econômicos do dia, que entrava no ar logo após o Bom Dia Praça, o Bom Dia Brasil. Hoje, este programa é gerado da cabeça de rede, sede da emissora, no Rio de Janeiro, com blocos ao vivo das praças de São Paulo e Brasília, e o leque de assuntos em pauta é bem mais vasto, incluindo além do noticiário do dia, colunas especializadas em culinária, defesa do consumidor, turismo (PASTERNOSTRO, 2006).

Nas décadas seguintes, à medida que a Globo aumentava a receita publicitária e investia no telejornalismo, surgiram vários jornais. Já nas décadas de 70 e 80 foram criadas redes que contribuíram para a qualidade técnica dos programas. Assim, o conceito da rede tornou-se possível pela primeira vez no país em um programa jornalístico. O sistema de rede é um pré-requisito essencial para o funcionamento da indústria cultural. No contexto político e socioeconômico brasileiro, a integração nacional era um conceito chave que fazia parte da ideologia da segurança nacional e também representava um mercado atraente para o setor empresarial (CRUZ, 2013).

Com o advento das redes, a maioria das emissoras regionais deixou de produzir seus programas, preferindo retransmitir programas em emissoras do Rio de Janeiro e São Paulo. Rezende (2000) avalia que nesse fenômeno centralizador, os acontecimentos regionais perderam força e quase não entraram na pauta do telejornalismo nacional. Acontecimentos catastróficos ou estranhos eram extraordinariamente noticiados.

No final dos anos 1980, mesmo com o fim da censura, as emissoras não haviam adotado formas de lidar com essa liberdade. Nesse contexto, a Globo continuou apostando na

forma em detrimento do conteúdo. O padrão global também foi aplicado na parte técnica e embalagem das notícias, independentemente da qualidade do conteúdo (CRUZ, 2013).

Em setembro de 1988, entrava no ar, pelo SBT, de Sílvio Santos, o TJ Brasil, o primeiro noticiário que trazia a imagem do âncora, o jornalista que dirige, apresenta e faz comentários das notícias, importada dos telejornais americanos. O jornalista Bóris Casoy, um veterano da imprensa escrita, sem nenhuma experiência na TV, logrou em um curto intervalo de tempo, a conquista do seu espaço. O tratamento opinativo que imprimiu ao programa representava muitas vezes os sentimentos da população. A presença do âncora e a credibilidade do telejornal supriam a falta de recursos técnicos da emissora, impulsionando a programação do SBT até meados de 1997, quando Bóris Casoy e parte de sua equipe transferiram-se para a TV Record. O jornalismo do SBT sofreu com esse evento e lentamente começou a perder força (PASTERNOSTRO, 2006).

Em maio de 1991 o SBT havia criado o Aqui e Agora, um programa jornalístico como o claro e delineado objetivo de conquistar a audiência das classes C/D/E. Sensacionalista, apelativo, repleto de reportagens policiais com ação, aventura, flagrantes, denúncias, violência e tensão. O programa durava duas horas e era transmitido durante o horário nobre, antecedendo o TJ Brasil. O SBT atraiu os telespectadores com um espetáculo de notícias e expandiu-se em audiência. Entretanto, a fórmula se esgotou e a emissora se viu forçada a tirar o programa do ar no final de 1997 (PASTERNOSTRO, 2006).

Em fevereiro de 1997, inicia-se uma nova fase sob a liderança do jornalista Paulo Henrique Amorim, que deixou o escritório da Globo em Nova York para exercer os papéis de repórter, apresentador e editor-chefe do jornal da TV Bandeirantes, em São Paulo. Com um estilo vigoroso e opinativo, com informações exclusivas e ao vivo, o novo Jornal da Band começou marcar presença na emissora que nos últimos anos vinha dando grande enfoque aos esportes. No dia 12 de janeiro de 1999, Paulo Henrique Amorim apresentou o Jornal da Band pela última vez, afastou-se da emissora e do programa de entrevistas Fogo Cruzado, o qual apresentava aos domingos (PASTERNOSTRO, 2006).

O resultado desta situação é evidenciado por Rezende. As diretrizes da normativa de produção faziam com que os jornalistas buscassem deixar de lado o foco na produção do conteúdo e de dedicassem mais buscar o encanto neste tipo de jornalismo.

Foi essa implacável marcação da ditadura que nos levou a esquecer da batalha do conteúdo e tentar descobrir os encantos da forma nesse veículo. Trabalhávamos em cima da técnica e da estética, deixando de lado, um pouco, a ética de se fazer jornalismo.(REZENDE 2000).

O telejornalismo brasileiro desempenha hoje um papel social e político tão importante no país por causa desses fatores e principalmente por sua afinidade. Segundo Rezende (2000) as características dessa audiência criam a estrutura e a linguagem da televisão. Ele é quase todo analfabeto ou acostumado a ler, não se interessa pelo noticiário, mas tem que assistir enquanto espera a novela.

Com esse perfil de audiência, o telejornalismo estaria desvinculado de sua missão social e de oportunidades por estar atrelado ao grande empresariado e seus interesses financeiros e políticos. No entanto, a produtividade é muito mais importante do que atender às necessidades do público popular e, para isso, as empresas visam um público maior, o que aumentaria a receita de publicidade e aumentaria a lucratividade de suas empresas (CRUZ, 2013).

Nessa busca, a linguagem da televisão é adaptada tanto em forma quanto em conteúdo ao seu perfil de público. O formato em si é espetacular e as imagens têm precedência sobre o código de palavras. Além disso, esta língua reflete a propagação do discurso na cultura nacional em comparação com a literatura. Essa estrutura fica mais evidente nos programas mais assistidos, que, sob o controle do Ibope, consideram o público homogêneo e atomizado. Talvez para tornar a comunicação clara, a mensagem é adaptada ao público médio definido pelos departamentos de marketing, não muito formalmente, mas de forma coloquial (CRUZ, 2013).

2.2 TELEJORNALISMO BRASILEIRO E AS HERANÇAS ESTADUNIDENSES

A década de 1950 é um marco na história da comunicação, quando a televisão chega ao Brasil. Nesse contexto, a história do jornalismo brasileiro se confunde com a história da televisão, que começou a ser exibida em 18 de setembro de 1950. Naquela época, o dinamismo do jornalista Assis Chateaubriand traz um novo símbolo para o país com a inauguração da PRF-3/TV Tupi, no Canal 3 de São Paulo, canal que fazia transmissões para pouco mais de 100 aparelhos de televisão na cidade de São Paulo. No dia que se seguiu a inauguração, 19 de setembro de 1950, a TV Tupi transmitiu o primeiro telejornal do Brasil, o *Imagens do Dia*, que exibia imagens brutas, sem qualquer tipo de edição dos fatos ocorridos naquele dia. Sob o comando de Maurício Loureiro Gama, o telejornal ficava no ar o tempo

que fosse necessário para a transmissão de todos os acontecimentos e imagens (MELLO, 2009).

Daquela data até os dias de hoje, o telejornalismo vem conquistando o público brasileiro e se adaptando às novidades tecnológicas e às necessidades do público-alvo. Em tempos de globalização, como salienta Ramonet (1999, apud MELLO, 2009, p. 1) “a televisão assume o poder, não apenas como a primeira mídia de lazer e de diversão, mas também, agora, a primeira mídia da informação”.

No princípio da sua história, a linguagem apresentada no telejornal era mais próxima à linguagem do rádio. As orações eram longas e traziam detalhes em excesso sobre os assuntos que estavam sendo focalizados. Na transmissão da notícia, o locutor apresentava os acontecimentos como eles ocorriam e atribuía ao conteúdo todos os detalhes e adjetivos que fossem possíveis. Por esse quadro, o programa de maior sucesso da década de 50, o Repórter Esso, se transformou em um grande sucesso na TV (MELLO, 2009).

Os noticiários televisivos têm grande poder de penetração e referenciação para seus usuários. É principalmente através do telejornal que se apresenta como um informador dos acontecimentos nacionais e mundiais, que muitos brasileiros pensam estar a par dos fatos e notícias mais importantes do dia. Nesse envolvimento com o telejornal, o brasileiro e, grande parte dos telespectadores do mundo, traz em sua apreciação o jornalismo “tomado pela cartilha americana, que trabalha sempre em defesa da objetividade e da imparcialidade” (MELLO, 2009). Isso se deve ao fato de que a televisão brasileira tal qual a de muitos outros países tem produção jornalística inspirada na televisão norte-americana.

Durante o período da ditadura militar, na década de 1960, logo após o nascimento do telejornalismo no Brasil, era preciso ter cuidado com o uso das palavras, pois questões políticas poderiam afetar positiva ou negativamente os telejornais e seus transmissores. Se alguém ousasse cruzar a fronteira da ditadura apresentando notícias "desagradáveis", corria o risco de perder o direito de transmitir o telejornal. Foram tempos difíceis em que os jornalistas eram punidos sempre que ultrapassavam a linha da "autoridade" e perturbavam o exército. A repressão fez com que muitos profissionais da área jornalística abandonassem suas carreiras para sofrer censura e punições (MELLO, 2009).

Com o declínio da ditadura militar a partir de 1983, a televisão ganhou cada vez mais espaço e se fortaleceu como meio de comunicação com forte apelo ao público. O estilo do

noticiário televisivo aproximou-se cada vez mais do modelo americano. Era uma bancada de palestrantes que “tocavam” reportagens ao mesmo tempo. A maioria dos primeiros âncoras de telejornais veio do rádio para se estabelecer entre os telespectadores. A chegada dos videocassetes (aparelhos que gravavam imagens que depois eram transferidas para fitas VHS) permitiu que as emissoras dinamizassem os telejornais, atingindo o público com falas mais interessantes e completas (MELLO, 2009).

À medida que as emissoras foram apresentadas aos avanços tecnológicos, os noticiários televisivos atraíram mais audiências e fidelidade do telespectador. Por exemplo, o advento da Internet na década de 1990 permitiu que os noticiários de televisão passassem gradualmente a fornecer notícias diárias de televisão em seus sites. Esta atividade ajudou a aumentar o fluxo de informações entre o público (MELLO, 2009).

É notável que os telejornais brasileiros possuem como fundamentos basilares uma série de orientações padronizadas disponíveis em numerosos textos sobre jornalismo de televisão como: não construir frases e orações longas, em caso de sinônimo, dar preferência a palavras curtas e eliminar os termos desnecessários. De modo geral, uma grande parcela dos textos produzidos no Brasil referentes ao telejornalismo traz uma espécie de regras ou premissas-chave, com destaque para o texto na TV (COUTINHO, 2005).

A exigência de simplicidade do telejornalismo é um atributo capaz de garantir a compreensão da mensagem televisiva e ainda atrair a audiência. Em 1988, 90% dos telespectadores sintonizavam o Jornal Nacional da rede Globo porque achavam fácil entendê-lo. Os repórteres da Rede Globo são em geral referência de qualidade no Brasil. Teria sido a emissora a responsável por eliminar a improvisação e imprimir o ritmo da notícia na televisão brasileira, bem como a implantação da mais elaborada técnica de produção de telejornais no Brasil (COUTINHO, 2005).

Em 1980, partindo da aproximação com os padrões administrativos e de produção norte-americanos, a Central Globo de Jornalismo passou a refletir sobre os modelos adotados, produzindo os chamados Encontros de Telejornalismo, textos produzidos pelos jornalistas, editados e reunidos em uma apostila, o Manual de Telejornalismo (COUTINHO, 2005).

Estabelecidos os fundamentos básicos da redação noticiosa em televisão, por meio do manual da Globo ou de suas releituras em livros elaborados por profissionais da área, é interessante destacar uma clara aproximação com a dramaturgia, reforçada na medida em que

o discurso da TV teria a mediação do espetáculo, comum às mensagens de ficção e jornalísticas. O jornalismo precisa chamar a atenção, precisa surpreender, assustar. Os produtos jornalísticos são produtos culturais e, nessa condição, fazem o seu próprio espetáculo para a platéia. Como se fossem produtos de puro entretenimento, buscam um vínculo afetivo com o freguês. Mais dramático que factual, contudo, o telejornalismo brasileiro seria incapaz de explicar temas complexos, ao privilegiar a exibição das notícias com direito à lição de moral. Os telejornais seriam capazes de contar, bem resumidamente, o que se passa por lá. Mas depois de contar, são impotentes para explicar, para contextualizar. Essa forma de organização da notícia iria além da informação na televisão, e seria parte da descrição dos fatos no jornalismo, isolados como unidades dramáticas, com identificação de mocinhos e bandidos, traço comparado às narrativas das produções de Hollywood (COUTINHO, 2005).

Identifica-se nos telejornais da Rede Globo, e no vídeo de treinamento da emissora, o que poderia ser uma evidência das raízes desse formato de organização de informações na televisão:

[...] o termo contar história não é usado de forma aleatória; pelo contrário, trata-se de um termo enfatizado pela própria emissora [...] Pode-se dizer, portanto, que a matéria veiculada no telejornalismo inclui algo além da transmissão, o re-contar o fato. Parte desse trabalho é um exercício de criatividade". (TEMER 2002, apud COUTINHO, 2005, p. 2).

Haveria ainda uma tendência de personificar o drama, que esvaziaria a informação, submetida ao impacto emocional. A ênfase à satisfação estética em detrimento da informação seria outra característica dos telejornais globais e principalmente do Jornal Nacional.

Os fundamentos dos nossos moldes de telejornalismo teriam sido emprestados das emissoras de televisão estadunidenses. Inclusive o padrão americano de formação de pessoal, capacitação profissional na Rede Globo, por exemplo, seria copiado das experiências americanas, incluindo seu manual de telejornalismo que tinha inspiração no livro *Television News* publicado por Irving Fang em 1972 (COUTINHO, 2005)

O noticiário "Imagens do Dia" teve sua normativa de redação reorientada no segundo dia de exibição, após o contato de uma telespectadora que alegou que havia aprendido a ver televisão nos Estados Unidos. Com a fórmula recomendada, ele aprendeu a técnica de escrever de forma dialogada, direcionada para cada um dos telespectadores do programa. A

mudança de estilo do telejornal teria sido aprovada por Chateaubriand, que foi o responsável por trazer a televisão para o Brasil. (COUTINHO, 2005).

No campo do jornalismo eletrônico, o padrão norte-americano sempre foi um modelo claro e natural a ser seguido, tanto na confecção dos noticiários, quanto no formato dos programas, no estilo e mesmo nos equipamentos periféricos que eram usados na produção dos telejornais (COUTINHO, 2005).

3 JORNALISMO E ENTRETENIMENTO: INFOTENIMENTO

A invenção do jornalismo no século XIX, com o surgimento de uma nova mercadoria, a informação, e a sua autonomia como atividade social estão relacionados com o surgimento de uma ordem especial de discurso, a notícia. Nessa época, foi desenvolvido o primeiro meio de comunicação de massa, a imprensa. Com o crescimento vertiginoso dos processos de industrialização e expansão urbana, os jornais tornam-se produtos comerciais produzidos por empresas capitalistas, onde os editores passam a trabalhar profissionalmente. Ao mesmo tempo, o aperfeiçoamento das instituições democráticas promove a discussão sobre a responsabilidade social do jornalismo e a promoção de uma nova ética profissional: o velho paradigma do jornal como ferramenta de luta política e ideológica dá lugar ao paradigma de informação como mercadoria (DE AGUIAR, 2008).

O jornalista deixa de ser um ativista político, um escritor de textos de opinião, e passa a ser um mediador neutro e imparcial que observa a realidade social e elabora um relatório baseado no método da objetividade, que lembra o rigor metodológico do positivismo. Este é o modelo, o modelo do jornalismo informativo norte-americano e inglês que separa a opinião dos fatos é que dominaria o jornalismo nas sociedades democráticas durante o século XX (DE AGUIAR, 2008).

A chamada *penny press* acabou por ajudar a solidificar um novo conceito de jornalismo que separava e valorizava os fatos ao invés da opinião, o que ajudou na transição do jornalismo de opinião para o jornalismo informativo. O surgimento deste tipo de jornalismo, que se dá num contexto cultural marcado pelas ideias do positivismo, permite o surgimento de uma função profissional especial: o repórter com a sua técnica objetiva e neutra de relatar os fatos. Novos formatos jornalísticos foram então criados, como a reportagem,

sendo que na Guerra Civil norte-americana (1861-65), apenas o *New York Herald* enviou mais de 60 correspondentes; E a entrevista, que se popularizou a partir da década de 1870. Esse modelo de prática profissional, comunicar fatos, passa a contar com impetuosos defensores, como as agências de notícias *Associated Press* e a *Reuters*, fundadas, respectivamente, nos EUA em 1844 e na Inglaterra em 1851 (DE AGUIAR, 2008).

Este jornalismo, que traz ao público informações mais diversificadas, assume uma narrativa caracterizada pelo sensacionalismo. As notícias, transformadas em mercadorias, recebem gradativamente mais investimentos visando aprimorar seu valor de uso. A estratégia de uma linguagem sedutora implica em tornar as capas dos jornais mais atraentes, com o surgimento das manchetes, chamadas de primeira página e reportagens, além do aperfeiçoamento visual do logotipo. Tal estratégia de comunicação é funcional porque os títulos das primeiras páginas, graças ao seu processo de imaginação, conseguem simultaneamente tornar o texto visível e ocultá-lo de forma a orientar o leitor (AGUIAR, 2008).

Enquanto em 1829, um dos jornais mais vendidos em Nova York se desculpava junto aos seus leitores por usarem a primeira página para colocar notícias, a utilização da primeira página nos diários europeus para a exposição de notícias, com grandes títulos e ilustrações, só se consolidou no começo do século XX. Manchetes e demais títulos presentes nas capas dos jornais não só estabelecem uma forma de sentido que ordena os acontecimentos noticiáveis, como também funcionam como um encantamento para atrair o público, com uma linguagem jornalística que vende publicitariamente o produto chamado jornal (DE AGUIAR, 2008).

O sensacionalismo já se fazia predominante nas publicações européias que antecederam o jornal, no século XVIII, e, mesmo na Idade Média, as chamadas folhas volantes, ainda manuscritas, continham relatos de fatos bizarros e estranhos. Para superar o paradigma do jornal como instrumento político, a *penny press* apresentava uma maior diversidade de informação, publicando notícias acerca de acontecimentos cotidianos e locais, registros policiais e dos tribunais. Ao abordar assuntos diversos, saindo da esfera das notícias políticas e problemas internacionais, conseguia não só atrair o interesse dos leitores como ampliar seu público (DE AGUIAR, 2008).

Na sua segunda geração, a imprensa sensacionalista atingiu seu auge no fim do século XIX, nos Estados Unidos com o *New York World*, de Joseph Pulitzer, e *Morning Journal*, de

William Randolph Hearst. Os jornais sensacionalistas funcionaram como um dispositivo de socialização e, com o intuito de possibilitar essa sociabilidade, a imprensa fazia investimentos em estratégias de comunicação capazes de atrair um público com baixo nível de alfabetização ou com domínio rudimentar do inglês. Uma dessas estratégias, visando não só facilitar a leitura da notícia, mas, principalmente, fixar a atenção do leitor, foi a técnica do *lead* e da pirâmide invertida, usada pela primeira vez no *The New York Times*, em abril de 1861, e rapidamente apropriada pelos jornais sensacionalistas (DE AGUIAR, 2008).

O entretenimento prevalece na mídia contemporânea, com recursos imagéticos que evocam um imaginário sensorial alimentado pela visão. Mesmo especialmente em produtos jornalísticos, como os telejornais, cuja matéria-prima é a informação, os apelos aos sentimentos ou emoções ainda são valorizados. Na programação televisiva, a convergência de informação e entretenimento (daí o termo infoentretenimento, ou infotenimento) é um interesse comercial das empresas corporativas de telecomunicações devido à capacidade do infoentretenimento de atrair o interesse público e "comercializar" o produto de televisão a ser transmitido e consumido (DE AGUIAR, 2020).

Estudos de Bosshart com jornalistas suíços mostraram resultados positivos quanto ao uso do entretenimento como forma de estímulo emocional e vivacidade intelectual. Em tal pesquisa, especialistas apontaram entretenimento televisivo como resultado da combinação entre diversão e conhecimento. O contrário de entretenimento não é informação para o receptor, ou seja, não há como apresentar a antítese de informação e entretenimento como se fossem pólos opostos, dentro de um programa de diversão, do ponto de vista do telespectador, e que vale compreender entretenimento como ausência de tédio. O oposto do entretenimento não é a informação, mas o que incomoda o destinatário (DE AGUIAR, 2020).

Nessas deliberações, o entretenimento também tem a função de alertar o público para determinadas informações, mais precisamente informações que circulam pela imprensa. Algo que caminha na linha entre a exploração sensacionalista, acordando com os gritos dos vendedores, manchetes de fofoca, ilustrações e caricaturas, e o neologismo do infoentretenimento. Entretenimento sempre foi o principal campo de entretenimento, mas na sociedade de infoentretenimento de hoje, entretenimento e espetáculo entraram no reino da economia, política, sociedade e vida cotidiana de maneiras inovadoras e significativas (DE AGUIAR, 2020).

O conceito de infotainment surgiu na década de 1980 e só ganhou força no final da década de 1990, quando começou a ser utilizado por profissionais de comunicação e acadêmicos. Seus conceitos jornalísticos podem ser divididos em duas categorias: na expansão dos elementos de entretenimento em gêneros informativos de notícias e na ampliação e instauração do infotainment nos gêneros jornalísticos existentes (LIMONDRE, 2011).

O jornalismo de entretenimento se caracteriza como um espaço de reportagens voltadas para informação e entretenimento, como assuntos de estilo de vida, fofocas e notícias de interesse, para gerar engajamento do público. O termo sintetiza de forma clara e objetiva a intenção editorial do papel do entretenimento no jornalismo, pois segue os princípios básicos de atender às necessidades de informação dos destinatários (DEJAVITE, 2007).

Na sociedade moderna, a mídia assumiu uma posição estratégica na promoção do entretenimento, pois é um dos mais importantes fatores que estimulam a diversão. Especialmente para aqueles que possuem baixo poder aquisitivo, pode vir a representar uma das poucas opções de lazer e entretenimento (LIMONDRE, 2011).

Os produtos são acessíveis não apenas para as massas, mas também para indivíduos cultos que buscam escapar de suas vidas cotidianas por meio desse consumo. A função do entretenimento na mídia é a dos usos e gratificações, perspectiva que corresponde a um modelo em que o ato de consumo surge das necessidades prévias do destinatário (LIMONDRE, 2011).

O jornalismo sempre teve a função de informar e atuar na formação da opinião pública sobre o que está acontecendo no mundo real, com base na verdade, sobre o que está acontecendo no mundo exterior, e na esfera social (LIMONDRE, 2011). O entretenimento se destina a utilizar-se da ficção, entreter as pessoas e atrair a atenção.

Se antigamente a mídia desempenhava um papel de informar, divulgar e comunicar publicamente as reivindicações individuais, agora, ao contrário, o grande público passou a receber informações determinadas por grupos privados. É com base nestes grupos que se tem a existência de um critério de seleção para a classificação e direcionamento da notícia/informação ao público (ARBEX, 2003 apud LIMONDRE, 2011).

Dias (2016) diz que para entendermos os tipos de programas, é necessário entender o desenvolvimento da televisão em diferentes perspectivas, principalmente tecnológicas. Os recursos de produção exigem áudio, efeitos especiais, equipamentos, técnica adequada. O canal também é um fator determinante. A investigação também deve identificar eventos incomuns que possam atrapalhar a programação das emissoras.

A autora refere-se a McQuail, que define os gêneros midiáticos como categorias de produtos culturais que auxiliam a mídia a produzir seus programas de acordo com as expectativas do público. Os gêneros devem ter uma identidade reconhecida por produtores e consumidores; Esta identidade deve relacionar-se com a função (informação, entretenimento, etc.), forma (duração, ritmo, estrutura, etc.) e conteúdo. A identidade deve ser preservada através do tempo acordado e formas culturais preservadas, e um determinado gênero deve seguir uma história ou sequência de ações.

Quando falamos em recursos de edição presentes na composição dos materiais jornalísticos produzidos pelos telejornais, é importante olharmos para os anos 2000. Durante esse período, com o aperfeiçoamento dos softwares de edição, novas visualidades se incorporam às narrativas telejornalísticas, baseadas, sempre, no processamento das imagens digitais. Uma das grandes modificações nas rotinas produtivas do jornalismo televisivo veio através da edição não linear. Todo o trabalho foi revisto: padrões de enquadramento, cores, iluminação, ângulos, captação de áudio, passaram pela adaptação ao formato digital. Esse processo exigiu uma harmonia entre os vários profissionais envolvidos na operação: o editor de texto, o editor de imagem e o editor de arte (SILVA, E. N, 2019).

Em termos de visualidades, a primeira década dos anos 2000 foi muito farta em inovações imagéticas, com o surgimento de personagens virtuais como Eva Byte do Fantástico, Gato Mestre da Copa 2006, personagens holográficos e a estética da previsão tempo com projeções virtuais munidas de movimento e animações (SILVA, E. N, 2019).

Aliando-se aos aparatos gráficos, podemos destacar também a presença de recursos avançados de som. A sonorização em telejornalismo pode ser utilizada nos telejornais em diversos formatos de sonorização de reportagens, trilhas sonoras e vinhetas (peças de curta duração que assume funções como abertura e fechamento quadros, além de passagens de bloco e no encerramento e, geralmente, funciona como um signo de identificação, vindo

acompanhada de uma marca, som ou slogan), além de trilhas sonoras específicas, colocadas no ar em determinados momentos de um programa (CRUZ, J. N, 2014).

De acordo com Dias (2016), os gêneros consistem em formatos associados a suas capacidades e limitações. São características, aspectos, elementos de produção comuns como: planos de câmera, edição, figurinos, prazos, diálogos, periodicidade. Os formatos são a base do sucesso, mas muitas vezes é difícil separar o importante do outro, mostrar porque vence e porque difere do outro.

Segundo Emerim (2019), uma importante questão que deve ser enfatizada é a perspectiva da imagem. Ou seja, o tipo imagens que se integraram e deram origem a um novo método de exibir, conhecido como videoclipe. Ainda que a história deste gênero pareça ter se iniciado apenas na década de 80 e se popularizado através da emissora *Music Televisión* (MTV), o que interessa para se compreender esta natureza da imagem televisual é que o videoclipe é uma forma de representação audiovisual que se estrutura em cenas curtas, edição fragmentada e veloz, constituindo-se num modo ou concepção de linguagem e de estética televisual.

A autora diz que durante a evolução dos programas de televisão, o vídeo clipe trouxe diversos elementos à cultura audiovisual, fazendo-a assumir uma faceta mais moderna e jovem. Principalmente movimentos de câmera e ritmo em tomadas que afetaram o texto do telejornal, que passou a se preocupar com a adição de elementos, os efeitos visuais e de montagem parecem mais próximos da estética visual veiculado em noticiários de televisão.

Emerim (2019) diz que embora pareça que essa evolução tenha tido como grande influenciadora a internet, cabe dizer que já existia um movimento anterior o qual se preocupava em acompanhar as possibilidades inovadoras trazidas pelos sistemas imagéticos inovadores. Essa proposta aprimorou a visualização, a exibição de elementos estéticos, o som e o silêncio, reduzindo a exibição de fatos brutos, característica viva e proeminente da natureza da televisão ao vivo, substituindo por um conjunto de procedimentos e regras estéticas que se sobrepunham até mesmo as informações que deveriam ser noticiadas.

Não é novidade constatar que a televisão foi o primeiro meio audiovisual que permitiu o uso de linguagens múltiplas, misturadas e hibridizadas, construindo textos intersemióticos (palavras, sons, imagens) a partir da mistura de vários outros gêneros existentes. Essa qualidade decisiva veio do fato de se apresentar mostrando e contando simultaneamente,

apresentando uma história que mostra, conta coisas do mundo ao mesmo tempo, sobrepostas e ainda assim em tempo real. Quando a televisão apareceu, ela mostrava coisas extraordinárias, exóticas, diferentes da realidade cotidiana das pessoas. A televisão inicialmente substituiu o cinema em fantasias e sonhos de férias e tempos livres virtuais. Uma vez ocupado aquele lugar, a sua presença direta na casa das pessoas conferia-lhe um novo estatuto que se reproduzia através da massificação, repetição e banalização. Os afazeres do mundo tornaram-se banais, ordinários, como acontecia na sala de cinema, proporcionando uma mistificação dos fatos e acontecimentos, auxiliados por uma globalização econômica e social cada vez maior (EMERIM, 2019)

Emerim (2019) afirma que muito antes da Internet, o telespectador não se contentava mais com uma atitude passiva diante das coisas que chegavam diretamente em casa através de pequenas telas de vídeo, ele sempre quis participar. Esse anseio pela participação modificou os rumos de produção televisiva que foi estruturando a narrativa num fazer televisivo jornalístico específico, construindo regras e ajustes de uma estética e de uma técnica. Essas relações consolidaram não só uma série de regras básicas, como enquadramentos, iluminação, vestuários, gestualidades, verbalizações, montagens, edição, cenários, movimentos de câmera, modos de agir e de vestir, infinitos outros elementos, como também um modo de narrar. Esse modo sugestionou, durante anos, a como compreender uma narrativa televisual, pois o espectador entendia um continuum, na forma clássica, como uma sequência de acontecimentos inseridos no contexto, revelando uma ordem cronológica e uma causalidade linear. Essa estrutura possibilitava que o telespectador entendesse a narrativa, mesmo não prestando a atenção aos mecanismos estilísticos ou estratégicos.

Dessa forma, pode-se afirmar que a narrativa clássica que acompanhou o ato do contar histórias ao longo dos tempos, em todas as suas manifestações, como a palavra, o desenho, a pintura, a fotografia e, por fim, a imagem em movimento do cinema e da televisão, seguiu os chamados protótipos. Protótipos são esquemas, de tendência central, que atuam em esquemas mais amplos, os padrões, que captam e organizam dinamicamente as informações. E foi exatamente por estes padrões ou protótipos que as mídias contemporâneas, especificamente a televisão, ensinaram como ler as imagens por elas apresentadas. Tais protótipos ou padrões são passíveis de análise exatamente porque apresentam similitudes, regularidades, diferenças e divergências, permitindo que se demarquem e descrevam seus elementos constitutivos (EMERIM, 2019).

Existem duas formas de lidar com a notícia no jornalismo: divertida e séria. Divertida seria aquela com o que entretém, diverte, é bem humorado e envolve o destinatário ao trazer assuntos mais amenos e suaves. Séria é aquela matéria que tem aprofundamento, investigação, faz críticas e transmite informações novas, tendo como objetivo gerar reflexão (DEJAVITE, 2007). Segundo Dejavite (2007, p. 2), “A fronteira entre jornalismo e entretenimento nunca foi nítida e a sobreposição é quase inevitável nos dias atuais. Nessa área, delimitar e distinguir o que significa entreter e informar não é tarefa fácil”. Uma mesma matéria pode perfeitamente informar, entreter, ou até mesmo entreter através da informação. Segundo a autora, no jornalismo de infotainment, o limite ético que separa jornalismo e entretenimento é inexistente.

Ocorre que muitos conteúdos que são conceituados como sérios também podem ser considerados não sérios. Um exemplo são as charges de jornais. Uma charge satiriza um tema escrito na manchete da primeira página, dando-lhe um novo visual com dados adicionados a partir das perspectivas do cartunista ou até por outros ângulos inexplorados. Aparentemente, neste caso, o que se chama de conteúdo sério, por exemplo, a política é apresentado de forma não séria (DEJAVITE, 2007).

O termo infotainment tornou-se sinônimo do jornalismo que traz informações, prestação de serviço e, simultaneamente, traz divertimento ao público. Isso se deve ao fato de as pessoas estarem em busca tanto de se manterem informadas quanto de se divertirem (LIMONDRE, 2011).

O uso do infoentretenimento ocorre tanto na reestruturação editorial e gráfica, quanto nos estilos de escrita e seleção de assuntos. Quanto ao grafismo, encontra-se na redução do tamanho dos jornais para tornar a leitura mais fácil e dar mais praticidade. Fotos e títulos em um arranjo favorável. E também o uso de recursos visuais como boxes, charges, diagramas e infográficos (LIMONDRE, 2011).

Na seleção dos temas, as notícias buscam informações de personagens que possam gerar entretenimento. Questões relacionadas ao curioso, ao inusitado, ao visualmente impressionante, conquistam mais espaço no noticiário, o qual deixa de ser aquele que primariamente informa ao mundo e se torna mais como aquele que surpreende com pessoas e coisas (LIMONDRE, 2011).

Dejavite (2006, p. 99) identifica e coloca algumas características habituais do infotimento que se consolidaram com o seu desenvolvimento:

- textos leves e atraentes, que introduzem o leitor diretamente no assunto por meio de uma linguagem coloquial e fluente. O leitor vivencia a história (interage com a notícia) e, principalmente, identifica-se e diverte-se com ela;
- uso de adjetivos e advérbios;
- utilização de uma diagramação dinâmica com o aproveitamento do espaço;
- estímulo à capacidade de distração, às aspirações, às curiosidades, ao ajuste de contas, à possibilidade de extravasar as frustrações e nutrir a imaginação. Além, claro, da ocupação do tempo livre;
- foco à personalização, dramatização de conflitos e revelação de segredos. (DEJAVITE, 2006, p. 99).

O jornalismo de infotimento aparece muito frequentemente em programas como os de fofoca, por exemplo. Segundo Reiter (2020), esse tipo de jornalismo é praticado há décadas na história da mídia. Expor a vida privada de celebridades por meio do consumo exagerado em sites meramente sensacionalistas tornou-se, para o bem ou para o mal, sinônimo de diversão cultural para quem só assiste a esse tipo de conteúdo, que na opinião da autora, não se trata de algo diversional, mas “fofocal”.

Reiter (2020) ainda cita como exemplo os conteúdos como mulheres seminuas sendo mostradas dançando em mansões, passos de dança ensaiados de músicas pobres de melodia. Conteúdos desse tipo são comumente compartilhados em nichos de mídias digitais para conseguir altos números de visualizações e curtidas recriando um modelo de audiência/gado.

Para Reiter (2020), a sociedade de consumo parece carecer de pensamentos. Ela é bombardeada de forma constante por canhões imagéticos fragmentários da realidade. E o consumo de fofocas se consolidou como uma doutrina de fé da maior parte da população "colonializada", e pautada pelos criadores de conteúdo, que emitem mensagens inúteis carregadas de um grande convencimento de que estas sejam preferenciais à uma audiência engajada.

3.1 *FAIT DIVERS*

O primeiro portal por onde o entretenimento se espalhou foi o jornal, principalmente pela imprensa sensacionalista, que explorou o conteúdo editorial conhecido como *fait divers*, sendo este, um dos primeiros recursos editoriais que almejava a diversão da massa. Além da

imprensa sensacionalista, o *fait divers* se fez presente nos *Canards*, nas *Gazettes*, nos *Ocasionelles* e nos romances sanguinários (DEJAVITE, 2001).

Nos Estados Unidos, o entretenimento de massa se propagou com a fundação do jornal *New York Sun*, em 1833, por Benjamin Day. O *Sun* rompeu com as normativas do jornalismo da época, oferecendo nas suas páginas: crimes, mortes, assassinatos, curiosidades, bizarrices, dentre outros assuntos que acarretavam em sensacionalismo e eram extraordinários (DEJAVITE, 2001).

Segundo Dejavite (2001), os grandes canalizadores do entretenimento no jornalismo (*fait divers*), foram os jornais impressos *New York World* pertencente a Pulitzer e o *Journal*, pertencente a William Hearst. Era um mundo sem televisão e com poucas oportunidades de lazer. Os jornais da época tinham uma circulação incrível. Na virada do século, os jornais Pulitzer e Hearst tinham uma circulação de até um milhão de exemplares por dia.

Os jornais representavam, no século XIX e meados do século XX, a mais importante fonte de notícias, opinião e entretenimento leve para a maioria da população americana. As pesquisas da época apontam que de 1880 a 1890 a circulação dos jornais aumentou 135% (DEJAVITE, 2001). Segundo Gabler (1999, apud DEJAVITE, 2001, p. 6) “ Um terço dos jornais dos 21 maiores centros metropolitanos pertencia à imprensa marrom e em quase toda grande cidade o mais vendido era sempre da imprensa marrom, [...]os jornais com notícias de alto nível e qualidade literária tinham menores tiragens”.

Artigos como os que apareciam no *Journal*, impressos em páginas inteiras e alardeados com manchetes escandalosas, apelavam para os instintos mais básicos do homem. Esse fato leva a concluir que o apelo editorial do *fait divers* sempre teve como objetivo atrair e estimular o entretenimento em um jornal impresso. Assim, o jornal pode ter sido a forma mais popular de entretenimento na promoção do gênero de auto-satisfação antes do advento do cinema, em grande parte devido ao sucesso do jornalismo sensacionalista na promoção dos *fait divers* (DEJAVITE, 2001).

Fait divers refere-se etimologicamente à notícia do dia ou ao fato do dia. Em outras palavras, este termo francês se refere a vários itens de notícias que têm um significado importante e constituem um elemento importante da publicidade de entretenimento e da "alimentação" de notícias. Um exemplo clássico de *fait divers* que também ajuda a definir o que é notícia é uma velha história atribuída ao editor do *New York Sun Amus Cummings*, que

apresenta a seguinte taxonomia: se um cachorro morde a perna de um homem, isso é notícia, mas se um homem morde a perna de um cachorro, isso é notícia (DEJAVITE, 2001).

A autora enfatiza que, evidentemente, é normal um cachorro morder as pernas de pessoas de quem não gosta ou o deixam irritado, mas um homem morde as pernas dos cachorros de que ele não gosta, mesmo podendo simplesmente usar o pé para enxotá-los não. É um absurdo. Portanto, todos querem saber por que o cidadão tomou uma atitude tão estranha. Este fato refere-se ao inusitado ou sensacional no sentido de criar sensação ou excitação (DEJAVITE, 2001).

Fait divers é o jargão da imprensa francesa para qualquer notícia que se refira a uma perturbação incomum ou extraordinária em eventos cotidianos. Portanto, crimes passionais, brigas de rua, excesso de velocidade, assassinato são histórias comumente encontradas do jornalismo sensacionalista (DEJAVITE, 2001)

O *fait divers* é uma notícia sem categoria dentro de um catálogo de renome mundial (política, economia, guerra, entretenimento, ciência, etc.). Em outras palavras, serão informações monstruosas que guardam uma semelhança impressionante com os fatos anômalos ou triviais que normalmente se enquadrariam na categoria de diversidade. É também informação total, ou mais precisamente, imanente, que contém todo conhecimento: não é preciso saber nada sobre o mundo para consumir *fait divers*. Ele se refere a nada além de si mesmo; Aparentemente, seu conteúdo não é estranho ao mundo. Catástrofes, assassinatos, sequestros, invasões, acidentes, roubos, ocorrências bizarras, tudo sobre o ser humano: história, alienação, fantasmas, sonhos, medos, tudo. É apresentado como vários fatos consumados. Suas circunstâncias, causas, passado e consequências. Sem duração nem contexto, expressa uma essência imediata que não menciona nada implícito (DEJAVITE, 2001).

Barthes (1964, apud DEJAVITE, 2001, p. 8) considera que o *fait divers* é formado a partir de duas notações: causalidade e coincidência. Segundo ele, “o *fait divers* é o acontecimento caracterizado pela perturbação de uma causa, por exemplo: um médico assassina uma moça com o estetoscópio” ou também pela anomalia do acaso: “Ganhou na Loteria Esportiva 40 vezes”. De forma que “o *fait divers* converte-se, então, em uma verdadeira grade de sentidos, através da qual o discurso jornalístico maneja uma certa ideia de destino”.

O *fait divers* é frequentemente associado ao horror e ao drama sangrento. Embora os acontecimentos mais frequentes narrados pela crônica dos *fait divers* sejam aqueles que narram uma morte violenta, mesmo que a morte seja, de fato, o acontecimento privilegiado, não se pode, entretanto, qualificar esta rubrica de “rubrica do horror”. Os temas abordados pela crônica dos *fait divers* são certamente restringidos, mas não se limitam à morte. A crônica dos *fait divers* se interessa de forma igualitária pelos suicídios, por alguns tipos de acidentes, desastres naturais, monstros e personagens anormais; por curiosidades diversas da natureza, tais como eclipses, cometas, as manifestações do além, os atos de heroísmo, os erros do judiciário e, enfim, por anedotas e confusões. Como podemos constatar através da leitura destes temas, o *fait divers* é essencialmente a narração de uma transgressão qualquer, de um desvio de uma norma, seja ela social, moral, religiosa ou natural (DION, 2007).

Dion (2007) utiliza como base os estudos de Barthes para destacar duas relações que caracterizam o *fait divers*, quanto à sua função narrativa, casualidade e coincidência. Em primeiro lugar, a relação de casualidade, sempre é paradoxal. como o *fait divers* possui o objetivo de espantar, surpreender, a narração necessita levar em conta uma desproporção entre o efeito e a causa. A relação de casualidade deve ser, senão uma aberração, ao menos diferente daquilo que é esperado. Por exemplo, uma doméstica sequestra um bebê, mas não com intenção de pedir resgate, como geralmente se espera, mas porque se afeiçãoou pela criança.

Quanto à relação de coincidência, Dion (2007) diz que é dividida em dois grupos. Primeiro, existe a repetição do evento (o terceiro suicídio na mesma casa, o décimo acidente na mesma estrada, etc.). Este tipo de *fait divers* sempre leva à percepção de uma causa desconhecida, de modo que na consciência geral o acaso é sempre distribuído, nunca repetido. Suicídios repetidos no mesmo local tornam o local suspeito, até mesmo assombrado. Da mesma forma, após vários acidentes de trânsito, uma rodovia pode ser batizada como “estrada da morte”, fazendo com que a estrada seja considerada responsável pelos acidentes e mortes nela ocorridos.

Na relação de coincidência, encontramos sempre uma relação que tende a ligar dois termos opostos no mesmo caminho. É uma aproximação de dois termos qualitativamente distantes (um juiz desaparece, uma mulher bota quatro bandidos para correr). A coincidência é ainda mais surpreendente quando os estereótipos são invertidos (DION, 2007).

Dentro do *fait divers*, a dialética da razão e do significado tem uma função histórica muito mais clara do que na literatura, porque o *fait divers* é arte de massa: sua função é supostamente preservar a ambiguidade do racional e do irracional, do inteligível e do inexplicável (DEJAVITE, 2001).

No *fait divers*, as fronteiras entre o real e o inesperado, a estranheza, o crime, os acidentes e as aventuras irrompem no cotidiano. As salvaguardas usuais da vida são violadas por acidentes, desastres, crimes, paixões, ciúmes e sadismo. O mundo do *fait divers* tem algo em comum com o imaginário (sonhos, romances, filmes), o desejo de confrontar a ordem das coisas, o desejo de quebrar tabus e ultrapassar limites, a lógica da paixão. *Fait divers* não são consumidos como rituais criminosos, mas sim em mesas de café, ou metrô. Isso acontece porque as vítimas do *fait divers* são projetivas, ou seja, são oferecidas em sacrifício ao infortúnio e à morte (DEJAVITE, 2001).

Dejavite (2001, p. 9) ainda conclui que o “*fait divers* se caracteriza como um elemento catalisador e estimulador do entretenimento, porque visa levar o homem ao mundo dos sonhos, das fantasias e dos medos, tal qual um filme, uma telenovela ou uma série”.

4 JORNALISMO OPINATIVO E INFORMATIVO NA TELEVISÃO

Em geral, os telejornais seguem um padrão quanto a sua organização estrutural. Estes programas podem apresentar diversos formatos televisivos diferentes. Em um telejornal geralmente temos a presença de formatos jornalísticos como, nota, notícia, reportagem entrevista e indicadores, os quais apresentam cunho informativo; editorial, comentário e crônica, que são de teor opinativo.

4.1 INFORMATIVOS

A nota é o relato factual mais sintético e objetivo e está subdividida em nota de locutor e nota coberta. Uma nota de locutor é qualquer informação dita por um âncora/apresentador ou repórter sem mostrar as imagens associadas. Este recurso tem originalmente dois significados. Por um lado, funciona como um fio condutor que reforça de forma constante a atenção do enunciatário ao locutor central da narrativa dominante, o próprio apresentador, porque neste ponto o contrato afirmativo se confirma, preservando os lugares de cada um. E, por outro lado, parece ser uma espécie de intervalo necessário para o andamento

da história contada, como um lugar de descanso do espectador diante da intensidade da história (TORRES, 2008).

Rezende destaca que a simplicidade da nota não necessariamente quer dizer que ela perde importância em meio aos outros formatos, devido ao seu uso ter justificativas específicas.

O fato de ser a forma mais simples não reduz a importância da nota ao vivo em relação a outros formatos, porque o seu uso se justifica em três circunstâncias básicas: “1) suprir a falta de imagem da notícia; dois) para dar ritmo ao telejornal, já que a nota ao vivo é sempre mais curta do que a reportagem; 3) nos casos em que há imagens, mas que por um motivo ou outro, elas não chegaram ainda à emissora (REZENDE, 2009 p. 10).

Uma nota coberta é a informação fornecida pelo âncora acompanhada por imagens associadas. Geralmente, ela é formada por duas partes que as quais se complementam. “A cabeça, correspondente ao *lead*, é lida pelo apresentador em quadro ou ao vivo. Na segunda parte, chamada de *off*, o apresentador ou o repórter faz a narração, enquanto as imagens da notícia são exibidas na tela do televisor” (REZENDE, 2009, p. 10). Nesse caso, é notável que, em geral, a relação entre texto verbal e texto icônico na televisão é a mesma que entre imagens e palavras relacionadas na mídia impressa, quando o texto não acrescenta informações além das perceptíveis a partir das imagens propriamente ditas (TORRES, 2008).

A notícia é compreendida como um formato do jornalismo informativo televisivo e não um termo genérico que, através do senso comum, designa todas as informações que um veículo de comunicação divulga. Do ponto de vista formal, a notícia é o relato de um fato mais completo do que a nota, pelo fato de combinar a apresentação ao vivo e a narração em *off* preenchida por imagens. E esse aspecto faz diferença porque na televisão, a imagem é capaz de determinar ou priorizar o que é notícia. Há, entretanto, a importância do relato verbal, como sustento da mensagem visual. Outra característica que distingue a notícia como formato do telejornal é a falta do repórter em quadro na sua narração. Por esse motivo, a notícia nos telejornais costuma ter duração curta, cerca de 45 segundos, um pouco maior do que a nota, porém bem menor do que a reportagem (REZENDE, 2009).

A reportagem seria mais completa, para além do trabalho ideológico. Se a notícia fosse sobre um fato imediato, novo ou pelo menos contextualizado ou revivido, um fato que aconteceu há algum tempo mas foi recentemente divulgado ou onde se descobriu um novo

acontecimento, um novo elemento que muda essencialmente o seu significado (TEMER, 2007).

Deve-se considerar também que a palavra reportagem, além de um tipo específico de texto, é também o nome de um departamento de notícias que geralmente produz material jornalístico como as notícias, reportagens, entre outros. Isso ocorre porque a reportagem é muito importante no jornalismo. Também é necessário explicar que em muitos casos a estrutura da notícia é semelhante à da reportagem, como o parágrafo inicial de ambas. A grande diferença nas notícias parece não estar na forma, mas no conteúdo, tendo a originalidade como tema central. De fato, pode-se dizer que a “notícia” como fato inédito pode assumir a forma de nota ou reportagem (TEMER, 2007).

Os chamados critérios de noticiabilidade ou valores-notícia determinam se um fato se torna notícia. O conjunto de atributos necessários para revelar um fato. Em geral, são considerados valores-notícia a importância das pessoas envolvidas nos eventos, o efeito do fato na nação e no interesse nacional, o número de pessoas envolvidas no evento e sua possível evolução para um fato mais grave (TEMER, 2007).

Uma reportagem televisiva é um artigo jornalístico que dá uma visão mais ampla de um evento e mostra suas causas, conexões e consequências. É composto por cinco elementos principais: a cabeça, que é considerada o convite do apresentador ou âncora, o personagem ativo que orienta o extenso texto do telejornal ou o repórter para contextualizar o tema abordado. O *off*, que é um texto contextualizador coberto por imagens de fundo, o boletim ou passagem, o momento em que o personagem-repórter aparece, a sonora, momento em que certas fontes recebem a voz e o corpo de uma história, e a nota-pé, o texto de uma mensagem-repórter no final do relatório e finalizado por um apresentador ou âncora no estúdio (TORRES, 2008).

Há vezes em que o repórter é chamado durante a transmissão do programa para fazer o que é conhecido no telejornalismo como *flash* ou “Ao vivo”, que seria uma transmissão de um acontecimento no momento no qual ele está ocorrendo. Pode ser uma transmissão externa, isto é, de um local situado fora da emissora ou de dentro da mesma. O termo ‘Ao vivo’ serve para especificar, também, a entrada de um repórter no jornal que está sendo apresentado (VEIGA, 2000).

Rezende (2009) também destaca como gênero telejornalístico, a entrevista, fazendo ressalvas quanto à sua pertinência do sentido como formato autônomo do gênero informativo. Segundo o autor, não é incluída neste conceito, a entrevista realizada como técnica de apuração de dados nas reportagens e que se faz presente em sonoras. A entrevista define-se como o diálogo que um jornalista mantém com um entrevistado, através de um sistema de perguntas e respostas, com o objetivo de obter informações, ideias e opiniões a respeito de fatos, questões de interesse público ou de aspectos da vida pessoal da pessoa entrevistada. Isso ocorre ao longo da transmissão do telejornal, geralmente sendo ao vivo, mas às vezes gravada e editada, interrompendo-se o noticiário. Um exemplo notável da ocorrência desse formato são as entrevistas aos candidatos durante as campanhas eleitorais.

E por fim, temos os Indicadores, que são matérias baseadas em dados objetivos que expressam tendências ou resultados de natureza diversa, úteis para o telespectador tomar uma possível decisão, dando-lhe a sensação de jornalismo de serviço. Estes indicadores podem ser permanentes, como previsões meteorológicas, indicadores do mercado financeiro e dados sobre as condições de trânsito, ou temporários, como resultados de sondagens. Este tipo de material segue um padrão de trabalho mais ou menos uniforme, o que os torna obviamente repetitivos de uma forma que de alguma forma parece ser o resultado do simples preenchimento de um formulário (REZENDE, 2009).

4.2 OPINATIVOS

Nos noticiários televisivos, os materiais audiovisuais sobre vários temas são transmitidos diariamente, sem interrupções e através de vários canais. Todos esses conteúdos são formados a partir de conversas alheias ao contexto e ao espaço, que correspondem à visão de mundo política e ideológica. Alguns formatos transcendem a barreira do informativo e passam a se assemelhar mais a uma transmissão de ponto de vista. Dentre os formatos do telejornalismo, apenas três se apresentam como sendo essencialmente opinativos: o editorial, a crônica e o comentário.

Segundo Rezende (2009, p. 13), o editorial é caracterizado como “um texto lido geralmente pelo apresentador que exprime a opinião da emissora sobre uma determinada questão”. “Em casos excepcionais pode representar, também, a opinião dos editores do telejornal.”. O autor ainda ressalta que esta opinião se apresenta de forma anônima e às vezes se confunde com a avaliação pessoal do editor.

O comentário se define como matéria jornalística em que um jornalista especializado em um determinado assunto, seja economia, esporte, política nacional, ou qualquer outro, faz uma análise, uma interpretação de fatos do cotidiano. Em sua apreciação, o comentarista, muitas vezes, além de explanar os acontecimentos e problemas, orienta ao público, que pode conferir ao seu trabalho uma conotação de jornalismo de serviço. No comentário, a credibilidade do jornalista ou comentarista tem peso muito significativo. Por essa razão, os comentários devem ser confiados a jornalistas que aparecem, aos olhos do espectador, como especializados e particularmente competentes (REZENDE, 2009).

A crônica está na fronteira da informação jornalística com a produção literária. A crônica é um gênero opinativo que, embora se refira a um acontecimento real, vai além de uma mera avaliação real jornalística. Através de um estilo mais livre, de visão pessoal, o cronista projeta para o público uma visão lírica ou irônica que tem dos detalhes de um acontecimento ou assunto que foram esquecidos ou subestimados na notícia objetiva. Na linguagem televisiva, a crônica possui outros poderes de expressão além das palavras, das imagens e da música. Justamente por causa da sua condição híbrida, a crônica deve aliar o seu caráter jornalístico, sem abrir mão da perspectiva de constituir-se em um trabalho em que a impressão pessoal de quem a escreve é primordial. Não se faz necessário se ajustar aos padrões próprios da informação noticiosa, ainda que apresente dados informativos.

O comentário e a crônica enfatizam a imagem simbólica do comentarista, que costuma geralmente ter algum prestígio aos olhos do público. O comentário é um artigo jornalístico em que um jornalista especializado em determinado assunto faz uma análise, uma interpretação dos fatos cotidianos, enquanto a crônica pode ser considerada a fronteira entre a informação jornalística e a produção literária, projetando uma visão lírica ou irônica dos detalhes do um evento ao público (TORRES, 2008).

5 MODO DE ENDEREÇAMENTO

O conceito modo de endereçamento surge na análise fílmica, especialmente aquela vinculada à *screen theory* e tem sido adaptado desde a década de 1980 para interpretar a maneira como os programas de televisão constroem suas relações com os telespectadores. Formas e práticas específicas de comunicação de programas dizem respeito à forma como um determinado programa tenta estabelecer uma determinada forma de relacionamento com o seu público. Uma análise do modo de apresentação deverá ajudar-nos a compreender os

formatos exigidos e construídos e as práticas de recepção dos noticiários televisivos (GOMES, 2011).

Pensando sobre os modos de endereçamento do cinema, Gomes cita o resumo deste conceito feito por Elizabeth Ellsworth, que o faz a seguinte questão: “quem esse filme pensa que você é?” (Ellsworth, 2001, p.11), e a proposta de responder a essa pergunta em termos de: a) sensibilidade estética; b) graus de atenção; c) estratégias interpretativas; d) objetivos e desejos; e) experiências prévias de leitura e hábitos de audiência televisiva; f) preferências e preconceitos; g) posicionamento social dos sujeitos, em relação a fatores tais como raça, gênero, idade, status social, formação educacional, sexualidade, ideologia.

O modo de endereçamento é um conceito que se refere a algo que está no texto do filme ou do programa, diríamos nós e que age, de alguma forma, sobre seus espectadores imaginados ou reais. No entanto, há uma distinção no modo como o conceito é compreendido pela teoria do cinema e pelos estudiosos da recepção televisiva. Num caso, ele se refere a *subject positions* construídas pelo filme: e, então, os autores preferem falar dele no plural, na perspectiva de que podem ser várias as posições de sujeito que os espectadores são convocados a ocupar. No outro, ele é entendido como o estilo do programa (GOMES, 2011).

Gomes afirma que o modo de endereçamento não é um momento visual ou falado, mas uma estruturação, que se desenvolve ao longo do tempo das relações entre o filme e os seus espectadores. É um processo invisível que parece convocar o espectador a uma posição a partir da qual ele deva ler o filme. A seguir comenta que alguns investigadores têm pensado esse convocar a partir do conceito de interpelação, tal como desenvolvido por Louis Althusser a partir do psicanalista Jacques Lacan. Gomes afirma que, nesse caso, o modo de endereçamento deve ser pensado como um posicionamento dos espectadores.

Gomes (2011) afirma que na perspectiva da análise televisiva, o conceito de modos de endereçamento tem sido apropriado para ajudar a pensar como um determinado programa estabelece suas relações com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e que o torna diferente dos demais. A autora toma como base estudos como os de Morley (1978; 1999), Hartley (1997; 2000; 2001) e Candler (2003) que utilizam o conceito dedicando-se a uma análise comparativa dos discursos dos produtos televisivos e dos

discursos de seus receptores. Ela evidencia que esses autores articulam os modos de endereçamento para chegar à compreensão da relação de interdependência entre emissores e receptores na construção do sentido do texto televisivo. Morley e Gomes afirmam que, o modo de endereçamento é caracterizado pela relação que o programa propõe para ou em conjunto com a sua audiência: “O conceito de ‘modo de endereçamento’ designa as específicas formas e práticas comunicativas que constituem o programa, o que teria referência dentro da crítica literária como o seu ‘tom’ ou o seu ‘estilo’” (MORLEY & BRUNSDON, 1999, apud GOMES, 2005, p. 7).

A análise dos modos de endereçamento possibilita examinar o estilo, que diz respeito à forma como cada programa articula e combina os elementos do gênero para construir uma marca própria e estabelecer sua relação com a audiência. Se os modos de endereçamento operam com os elementos do gênero, uma análise deles implica numa análise interna do produto, embora elementos extra textuais que sejam importantes para a compreensão do programa possam ser levados em conta ao longo do percorrer da análise. Embora a análise de modos de endereçamento possibilite essa ida fora do texto, é importante ressaltar que o interesse deve estar no texto em si, no programa, sua configuração e estruturação interna (BORJA, 2011).

Borja baseia-se justamente nessa opção para contribuir com o pensamento sobre a televisão a partir de suas próprias pistas, critérios e linguagem. A análise da qualidade a partir dos modos de endereçamento trará a resposta para perguntas como:

[...] o telejornal consegue ajustar sua proposta com a conformação interna dos elementos de modo a estabelecer relação com seu telespectador? Os modos de endereçamento, que dizem dessa relação com a audiência, [...] consegue utilizar corretamente os elementos da linguagem televisiva e do gênero jornalístico a fim de atrair esse telespectador?” (BORJA, 2011, p.224).

Enquanto instituição social, o jornalismo é o resultado de possibilidades técnicas e de uma ligação histórica, econômica, social e cultural particular. Sendo assim, a noção de qualidade telejornalística também muda com as diferentes sociedades e culturas. Por isso, esses pressupostos sobre a qualidade de um telejornal devem ter sempre em conta para qual público ele se dirige, em qual sociedade se insere, qual o papel do jornalismo implicado no programa e, principalmente, devem estar sempre relacionados a critérios expressos (BORJA, 2011).

Os modos de endereçamento no telejornalismo são referentes a como um noticiário televisivo se relaciona com seu público com base em um estilo construído que mostra as diferenças do noticiário televisivo em relação aos demais e se identifica com o público. Resignificações na estrutura do estilo jornalístico da televisão de referência implicam na busca por novos assuntos que possam estar atentos aos aspectos mais informais. Trata-se de uma promessa discursiva constituída por conteúdos com menor intervenção profissional e estética amadora, que por sua vez oferecem a possibilidade de estar mais próximos da realidade do que as histórias editadas formalmente com base em parâmetros jornalísticos convencionais (MARTINS, 2021).

A TV aberta no Brasil possui uma grande variedade de estilos que aparecem quando o assunto é notícia, e busca diferentes histórias para o público. Até mesmo os telejornais considerados de referência, conforme o conceito aqui apresentado, e que têm uma estrutura baseada em modelos já tradicionalmente adotados e reconhecidos ao longo da história da televisão, vão sendo gradativamente atravessados pela presença das inovações tecnológicas nas práticas de produção e no espaço das redações. Os resultados são reportagens marcadas pela por traços de mais informalidade, com uso recorrente de imagens brutas, com menos edições, associadas aos registros amadores (MARTINS, 2021).

A análise dos modos de endereçamento pode ser feita embasando-se em critérios específicos referentes à construção da apresentação dos materiais por parte de um telejornal. Gomes (2011) e numera as três inovações propostas por Hartley que concorrem para a apresentação das notícias na televisão e que, segundo o autor, podem ser usadas como operadores na análise do modo de endereçamento.

1. O mediador: o profissional da emissora que trabalha como um elo de ligação entre os telespectadores e o mundo da notícia e das transmissões.
2. O *vox pop*: A voz do povo. referente àquelas entrevistas com populares, também conhecidas no Brasil com enquetes, que pretendem repercutir assuntos divulgados pelo programa. Segundo Hartley, elas fornecem autenticidade à cobertura de um determinado acontecimento utilizando-se do recurso de colocar na tela da TV as pessoas comuns e, simultaneamente, possibilitam a identificação dos telespectadores com as opiniões apresentadas pela matéria.

3. A entrevista investigativa: item cujo maior efeito é a legitimação da imprensa no papel de guardião da sociedade, aquela que traz uma visão devassa da imagem pública dos representantes oficiais e dos políticos. Nessa situação, o jornalista procura explicitamente uma identificação com a audiência, colocando-se na posição do “nós/opinião pública”, fazendo o tipo de perguntas que a sociedade faria, se pudesse.

Gomes (2011) relata que durante suas análises, deparou-se com a necessidade de fazer uma ampliação dos conceitos dos operadores de análise que haviam sido concebidos por Hartley justificados em razão da diversificação dos formatos dos programas jornalísticos, com forte hibridização entre gêneros (jornalismo e ficção, jornalismo e entretenimento), e das inovações tecnológicas colocadas a serviço da TV e do jornalismo atualmente. Estes passaram a ser, então, os nove operadores de análise de modos de endereçamento.

O *mediador*. A diversificação de formatos nos propõe pensar em vários mediadores dentro de um mesmo programa jornalístico. Geralmente, os programas das emissoras profissionais contam com apresentadores e âncoras, comentaristas, repórteres e correspondentes. Certamente, em qualquer formato de programa jornalístico na televisão, o apresentador é a figura central, aquele que representa a faceta do programa, e que constrói a ligação entre o telespectador e os demais jornalistas que fazem o programa. Dessa forma, para compreender o modo de endereçamento, é fundamental analisar quem são os apresentadores, como se posicionam diante das câmeras e, logo, como se posicionam diante o telespectador (GOMES, 2011).

Temática, organização das editoriais e proximidade com a audiência. A estruturação dessa organização implica, por parte do programa, a aposta em certos interesses e competências do telespectador (GOMES, 2011).

No caso dos programas de jornalismo temático, o assunto tratado gera influência na utilização de estratégias específicas para estabelecer os vínculos do programa com a audiência. (GUTMANN, 2005).

Nos telejornais, o próprio entendimento das temáticas abordadas depende da observação dos critérios empregados para elencar a apresentação desses assuntos em diversas editoriais. A organização das notícias veiculadas diz sobre o modo como o telejornal ordena o fluxo televisivo para evocar a atenção do espectador. A maneira específica de construir uma

proximidade geográfica com a audiência também é observada por este operador (GUTMANN, 2005).

O pacto sobre o papel do jornalismo. A relação entre programa e telespectador é regulada, com uma série de acordos subentendidos, por um pacto sobre o papel que o jornalismo tem na sociedade. É esse pacto que vai dizer ao telespectador o que deve esperar ver no programa. Para compreensão do pacto é fundamental analisar como o programa faz a construção das ideias de verdade e relevância da notícia, com quais valores-notícia de referência opera, como lida com a questão da responsabilidade social, do direito público à informação e da liberdade de expressão e de opinião (GOMES, 2011).

A função de vigilância tida como própria do jornalismo, que se coloca como uma espécie de “guardião” dos interesses públicos, é um dos pactos possíveis de um programa. Outro pacto pode girar em torno da função de conversação social, na qual o relato dos fatos ocorre de modo a alimentar a conversação cotidiana que visa a informação e formação dos telespectadores sobre a realidade social. Uma terceira possibilidade baseia-se na função de entretenimento, própria dos programas de jornalismo temático voltado para a cultura e esporte, por exemplo. (GUTMANN, 2005).

O contexto comunicativo. Outro operador para analisar o modo de endereçamento é o "contexto comunicativo" no qual o programa televisivo atua, um contexto que compreende tanto emissor, quanto receptor e mais as circunstâncias espaciais e temporais em que o processo comunicativo se dá. A comunicação tem lugar em um ambiente físico, social e mental compartilhado. Isto pode ser melhor explicado pelo recurso à noção de instruções de uso de um texto, ou seja, aqueles princípios reguladores da comunicação, as formas como os emissores se apresentam, como representam seus receptores e como colocam uns e outros em uma situação comunicativa concreta. Um telejornal sempre apresenta definições dos seus participantes, dos objetivos e dos modos de comunicar, de forma explícita. Exemplos: ‘você, amigo da Rede Globo’, ‘para o amigo que está chegando agora em casa’, ‘esta é a principal notícia do dia’, ‘Agilidade, dinamismo e credibilidade é o que queremos trazer para você’, ‘você é meu parceiro, nós vamos juntos onde a notícia está’, ou de forma implícita, através das escolhas técnicas, do cenário, da postura do apresentador (GOMES, 2011).

O contexto comunicativo compreende os enunciadores, representados pelos mediadores do telejornal, os enunciatários que são a audiência presumida, que também adquire diversas

“figurativizações” no texto e as circunstâncias espaciais e temporais nas quais o processo comunicativo do programa ocorre. Portanto, o operador se refere ao modo como os mediadores se apresentam e apresentam os seus interlocutores e diz sobre os lugares de fala ocupados pelos sujeitos da enunciação no programa (GUTMANN, 2005).

Seguindo essa perspectiva, busca-se compreender como o programa constrói posições, de que modo ele descreve e dispõe em relação aos seus interlocutores. O contexto é a situação que regula o que vai ser dito a partir do reconhecimento por parte do programa, do seu receptor, da sua competência cultural e daquilo que é compartilhado com ele. Por isso, para compreender o contexto é necessário entender como o sujeito que tem voz reconhece o “outro” e o posiciona no texto (GUTMANN, 2005).

Os recursos técnicos a serviço do jornalismo. A forma como as emissoras lidam com as tecnologias visuais e sonoras colocadas ao serviço do jornalismo, como mostram ao telespectador o trabalho envolvido na produção de notícias, são fortes componentes da credibilidade do programa/emissão e um importante meio de determinar a autenticidade. Exibir as redações como pano de fundo para a bancada dos apresentadores na maior parte dos telejornais da atualidade é apenas uma dessas estratégias de construção de credibilidade e, ao mesmo tempo, de aproximação com o telespectador, que se torna, assim, um cúmplice do trabalho de produção jornalística. Porém, as transmissões ao vivo são ainda o melhor exemplo do modo como os programas buscam o reconhecimento da autenticidade de sua cobertura pela audiência. Redes internacionais como a CNN e a BBC são exemplos nesse sentido. Infográficos, mapas do tempo, vinhetas, telões e cenários virtuais fazem parte do conjunto dos recursos técnicos que, para além de credibilidade, dão agilidade e ajudam na construção da identidade dos programas e das emissoras (GOMES, 2011).

Recursos da linguagem televisiva. Compreende a utilização dos recursos de filmagem, edição e montagem de imagem e de som empregados pelos programas jornalísticos (GOMES, 2011).

A natureza do telejornalismo evidencia a consideração da forma como são utilizados os dispositivos próprios da linguagem televisiva essenciais para a análise do programa que como produto audiovisual, envolve necessariamente a articulação entre elementos como áudio e imagem. Esse operador refere-se à apropriação de recursos de gravação, edição e montagem

de imagem e som utilizados no programa e decisivos para a produção de sentido (GUTMANN, 2005).

Formatos de apresentação da notícia. Os formatos de apresentação da notícia dão pistas importantes sobre o tipo de jornalismo realizado pelos programas e, em certa medida, deixam transparecer o quanto teve de investimento por parte da emissora na produção de tal notícia (GOMES, 2011). Conforme Temer (2007), Torres (2008) e Rezende (2009), existem seis formatos de material jornalístico distintos pelos quais os fatos noticiáveis são transmitidos, sendo eles, nota simples, nota coberta, notícia, reportagem, entrevista e indicativo. Retomando o pensamento de Gomes (2011) pode-se considerar que, o formato de apresentação pelo qual um fato é noticiado, pode dizer sobre a maneira na qual o programa considerou mais interessante investir.

Relação com as fontes de informação. Há dois tipos basilares de fontes nos programas jornalísticos, a autoridade / o especialista e o cidadão comum. Na maior parte dos programas brasileiros, a fonte oficial é tratada de modo a transferir sua credibilidade para o programa, por meio do recurso à voz autorizada. Em uma escala menor, temos as entrevistas duras, combativas. O cidadão comum aparece de três modos básicos nos programas jornalísticos: quando ele é afetado pelas notícias; quando ele próprio é transformado em notícia, seja nos *fait divers*, seja na humanização do relato, e quando ele autentica a cobertura noticiosa e é tratado assim como *vox populi* (GOMES, 2011).

O texto verbal. A análise do texto verbal evidencia as estratégias utilizadas pelos mediadores para construir as notícias, interpelar diretamente a audiência e construir credibilidade (GOMES, 2011).

Este operador é utilizado no reforço das apostas e conclusões a respeito dos demais operadores, mostrando-se produtivo à compreensão da coerência entre esses elementos na medida em que possibilita, via observação do texto falado e da estrutura argumentativa utilizada, entender a forma com que o programa interpela verbalmente a audiência. As configurações enunciativas pelas quais se operacionaliza o diálogo do programa com o público valem-se da construção de diferentes lugares de fala e da conseqüente personalização dos apresentadores. Como estratégia retórica, os delegados do discurso do jornal recorrem a apelos verbais para aplicar um determinado estilo ao processo de mediação. Aqui, o texto verbal é exemplar para a compreensão da forma como ocorre a convocação do telespectador e

como são incorporados ou traduzidos, pelo programa, aspectos da linguagem jornalística. (GUTMANN, 2005).

6 METODOLOGIA

Este estudo baseia-se em uma estratégia de análise qualitativa, de caráter exploratório, por meio de pesquisa bibliográfica. Neste capítulo pretendemos demonstrar os procedimentos metodológicos do tipo de pesquisa utilizado. Tomando como ponto de partida o objetivo desta pesquisa, que é investigar e analisar o modo de endereçamento em telejornais como o programa Balanço Geral. Primariamente, para obter embasamento sobre o tipo de conteúdo que será estudado, buscou-se, na pesquisa bibliográfica, referências que deram base para o histórico do telejornalismo no Brasil, bem como, sobre os traços herdados do telejornalismo norte-americano; e conceitos científicos sobre entretenimento no jornalismo (ou infotainment), *fait divers* e modo de endereçamento.

As observações sobre o conteúdo jornalístico transmitido pelo telejornal, *corpus* da pesquisa, em algumas coberturas jornalísticas de casos, será feita uma análise de conteúdo categórica (BARDIN, 1977). Em seguida, um levantamento, análise das informações encontradas, e então, a apresentação dos resultados obtidos.

Os dados foram coletados a partir dos preceitos da semana construída, onde gravações de cinco telejornais foram efetuadas, a saber: os programas dos dias 17/7, 25/7, 2/8, 10/8 e 18/8 de 2023, pegando inicialmente a segunda-feira da primeira semana, e então a terça-feira da semana seguinte, e assim sucessivamente, até chegar à sexta-feira. Os conceitos que servirão de suporte para a análise do programa estão evidenciados no quadro abaixo.

Quadro 1 - Quadro teórico-metodológico

TEORIA	CONCEITO	DESCRIÇÃO	AUTORES
Aspectos básicos de composição técnica/ audiovisual	Cabeça	Texto lido ou narrado pelo âncora que contextualiza a pauta da matéria que vai ser exibida.	REZENDE; TEMER; TORRES;

	Nota- pé ou nota do locutor		Recuperação ou adição feita pelo âncora sobre algum detalhe da matéria anteriormente exibida.	
	Imagens		Captações feitas com câmera para ilustrar a história que está sendo narrada.	
	Texto do repórter		<i>Off</i> , contendo as informações apuradas.	
	Entrevistas/sonoras		Audiovisual contendo as falas dos cases.	
Elementos de informação e entretenimento	Comentários	Informativos; opinativos	Falas do âncora ou repórter acerca da pauta que está sendo noticiada, para estimular e atrair a atenção do público .	CRUZ, J. N; DE AGUIAR; DEJAVITE; DIAS; EMERIM; LIMONDRE; SILVA, E. N.;
	Recursos de produção	Boxes, diagramas infográficos áudio, efeitos especiais, vinhetas.	Recursos tecnológicos que auxiliam na produção do programa	
	<i>Fait Divers</i>	Fatos incomuns curiosos; exagerados; etc	Fator que determina um evento como assunto extraordinário a ser noticiado	BARTHES; DEJAVITE; DION;

Operadores de análise de modo de endereçamento	Mediador	Aquele que constrói a ligação entre o programa e o telespectador	GOMES; GUTMANN;
	Temática, organização das editorias e proximidade com a audiência	Estruturação do programa junto aos interesses da audiência	
	Pacto sobre o Papel do Jornalismo	Papel que o jornalismo tem na sociedade	
	Contexto comunicativo	Contexto que compreende tanto emissor, quanto receptor e circunstâncias em que o processo comunicativo se dá.	
	Recursos técnicos a serviço do jornalismo	Forma como as emissoras lidam com as tecnologias visuais e sonoras colocadas ao serviço do jornalismo.	
	Recursos da linguagem televisiva	Utilização dos recursos de filmagem, edição e montagem de imagem e de som empregados pelos programas jornalísticos.	
	Formatos de apresentação da notícia	Formas pelas quais fatos noticiáveis são transmitidos.	

	Relação com as fontes de informação	Papel que as fontes assumem na apresentação do fato	
	Texto Verbal	Diálogo do programa com o público.	

Fonte: Elaborado pelo autor

Enumerados estes conceitos, partimos então para a análise dos materiais coletados fazendo diagnósticos e, buscando em cada uma das matérias, evidenciar a aplicação dos elementos conceituais apresentados no quadro metodológico acima. Finalizada a análise de todos os materiais, apresentam-se os resultados, relatados a seguir.

7 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Como forma de fazer um primeiro diagnóstico sobre as temáticas que interessam ao Programa Balanço Geral, no período analisado, a Tabela 1 apresenta o número de reportagens por tema, por dia.

Tabela 1 - Temáticas dos fatos noticiados pelo Programa Balanço Geral por dia (2023)

Temas	Reportagens por dia					Total	%
	17/jul	25/jul	02/ago	10/ago	18/ago		
Roubois	2	1	3	1	0	7	13,2
Assassinatos	1	1	1	2	1	6	11,3
Fraudes e outros crimes	1	0	2	1	2	6	11,3
Casos Inusitados	0	0	1	4	1	6	11,3
Prisões	2	1	1	0	0	4	7,5
Acidentes	0	1	1	1	0	3	5,7
Mortes	0	1	1	1	0	3	5,7
Violência	1	1	0	0	0	2	3,8
Outros	3	3	3	1	6	16	30,2
Total						53	100

Fonte: elaborado pelo autor

A semana construída nos permitiu analisar cinco dias, porém desvinculou a pesquisa de um possível agendamento. Ou seja, nos proporcionou uma temática diversificada,

distribuída ao longo do tempo. Na tabela 1, vemos uma predileção do programa por questões pertencentes à vertente da segurança pública, como roubos, assassinatos e fraudes, somando 35,84% das temáticas abordadas nos dias analisados. E, se somarmos ao interesse por prisões, mortes e violência, esse índice vai a 52, 83%.

A pauta Roubos, se põe em destaque em 4 dos 5 dias da análise, sendo exemplificada pela matéria “Criminosos roubam carro com *spitz* alemão da família” que foi ao ar no dia 17 de julho de 2023 e “Banhista tem celular roubado enquanto fazia transmissão ao vivo no Litoral de SP” transmitida no dia 2 de agosto .

As matérias de Assassinatos, são exemplificadas por casos ilustrados nas matérias “Homem é morto após ser acusado de furto de café na zona leste de São Paulo” também transmitida no dia 2 de agosto, e “Engenheiro é morto durante assalto na zona leste de São Paulo” do dia 10 do mesmo mês.

Matérias como “Homem cai no Golpe do amor e perde R\$ 300 mil” e “Câmera do Balanço - Vendedores são flagrados vendendo cargas ilegais de bilhete de transporte em SP” transmitidas no dia 10 de agosto e, “Reportagem do Dia Homem transfere mais de R\$ 80 mil para noiva que nunca viu” correspondem às pautas de Fraudes e crimes fiscais.

Os Casos Inusitados, caracterizados por serem mais incomuns e despertarem a curiosidade da população, se destacam mais no dia 10, sendo exemplificados pelas matérias “Disputa animal: famílias brigam na Justiça por guarda de gato fujão” e “Taxista salta de veículo em movimento” e no dia 18 com a matéria “Árvore que chora esconde mistério na zona leste de SP”.

As matérias sobre Prisões, que não necessariamente referem-se a crimes em si, mas na detenção de criminosos e suspeitos, se fazem presentes nos dias 17 e 25 de julho, e 2 de agosto, com os respectivos exemplos sendo “Polícia Federal prende homem procurado por matar a esposa e a filha no Japão”, “Polícia prende torcedor do Flamengo suspeito de ter matado palmeirense” e “Polícia prende mais um suspeito de envolvimento na morte do soldado da Rota”.

Acidentes são citados na matéria do dia 25 de julho “‘Rolêzinho noturno’ termina em acidente com três mortos no interior de SP”, no dia 2 de agosto com a matéria “Caminhoneiro destrói carro de motorista de aplicativo e foge” e no dia 10 de agosto em “Laudo aponta acidente em incêndio que matou fisiculturista no Rio”.

Mortes, que se referem a falecimentos em si, independente de causas, tem ocorrências presentes, por exemplo, no dia 25 de julho, através na notícia “Brasileira morre após atravessar fronteira ilegalmente dos EUA”, e no dia 2 de agosto em “Influenciadora vegana morre após fazer dieta só com frutas”.

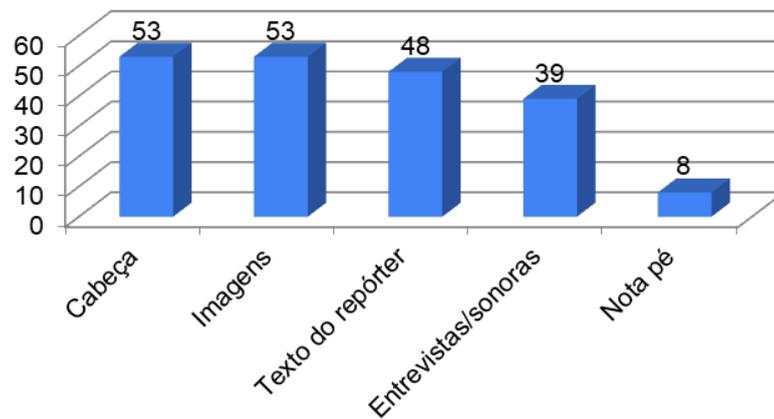
No assunto Violência, abordam-se casos em que o maior destaque é a violência em si, desconsiderando as consequências dessas ocorrências. É trazido nas matérias “Reportagem do dia: Briga por herança termina com ameaça de morte e homem desaparecido” do dia 17 de julho, e “Nutricionista fala com Balanço Geral sobre ter levado cabeçada de desconhecido na rua”.

As pautas localizadas em Outros correspondem a matérias com assuntos consideravelmente mais normalizados em relação às demais categorias de análise, e são consideradas mais corriqueiras e habituais ao cotidiano. Por exemplo, a matéria “Facebook é condenado a pagar R\$ 20 milhões em danos morais coletivos” exibida no dia 2 de agosto, não se encaixa em temáticas como roubo, assassinatos, violência, inusitados, etc. “Grafiteiro que faz ação solidária muda Kombi de comerciante em SP” e “Influencer brasileiro que viajou o mundo de carro visita o Balanço Geral” ambas do dia 18 de agosto, são de assuntos mais suaves.

Verifica-se, portanto, a predileção do programa por assuntos ligados à violência do que assuntos relacionados ao cotidiano mais corriqueiro. Isso pode significar que o programa aposta em pautas que transmitam a sensação de perturbação e que venham a demandar do telespectador, a urgência de se pensar sobre, ao mesmo tempo em que se torna o fornecedor das informações que a população necessita para lidar com essas perturbações.

De acordo com as observações dos materiais jornalísticos coletados e analisados, e tendo como base a conceituação apresentada pelos autores Rezende (2009), Temer (2007) e Torres (2008), evidenciamos a presença dos seguintes elementos, constituintes na estrutura técnica dos materiais (FIGURA 1).

Figura 1-Estrutura Técnica nas matérias analisadas do Programa Balanço Geral-SP (2023)



Fonte:elaborado pelo autor

A cabeça e as imagens estão presentes em todas as reportagens analisadas. A cabeça corresponde ao *lead* da reportagem televisiva. É lida pelo apresentador no estúdio, considerada o convite para chamar a atenção do telespectador, e, dessa forma, informar sobre a matéria a ser exibida. As imagens, geralmente exibidas em conjunto com o texto do repórter, no chamado *off*, ou quando é necessário o estabelecimento do significado de algo que não pode ser compreendido apenas através das palavras do apresentador ou repórter. Isso quer dizer que as imagens tratam-se do agente contextualizador da pauta, e cumprem o papel de entregar ao telespectador uma perspectiva mais completa e intuitiva do assunto que está sendo tratado pela matéria.

O texto do repórter, o qual geralmente se faz presente em um boletim, sendo este o momento em que o personagem-repórter aparece, contextualizando o assunto noticiado em conjunto com as imagens. Está presente em 48 (90,5%) das 53 reportagens analisadas.

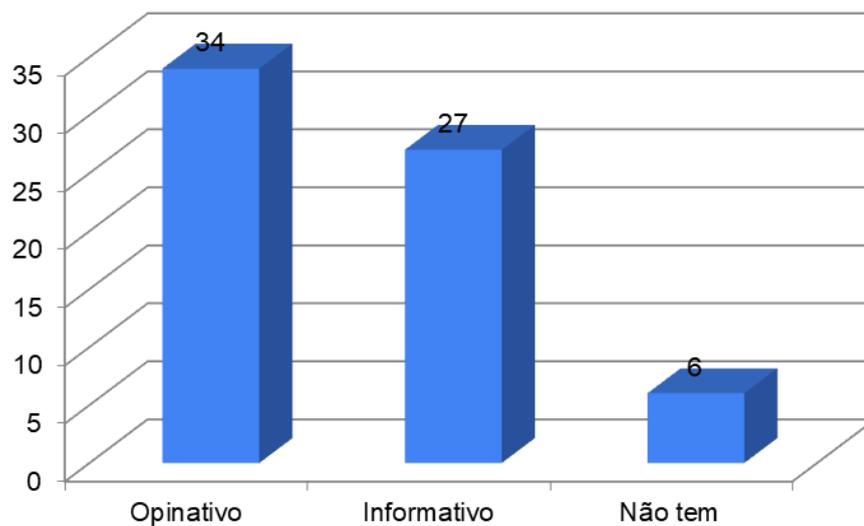
A sonora, momento em que certas fontes recebem a voz e o corpo de uma história, através da evidenciação de suas falas através de passagens durante as matérias; entrevistas e diálogos em que um jornalista fala com um entrevistado, através de perguntas e repostas, para obter informações, ideias e opiniões a respeito de fatos. Tal elemento está presente em 39 das 53 matérias analisadas (73,5%).

A nota-pé, uma complementação feita no final da exibição da reportagem, efetuada por um apresentador ou âncora no estúdio, que tem o papel de complementar ou fazer anúncios acerca da matéria em si, aparece em sete dos 53 materiais analisados (13,2%).

Com a observação dos elementos técnicos foi possível verificar, na amostra, que as reportagens do Programa Balanço possuem uma estrutura consideravelmente semelhante entre si, apresentando alguns elementos em todas as matérias, ou em grande maioria delas, enquanto alguns elementos são utilizados em uma pequena porção delas, mantendo uma forma de construção e apresentação de certa forma uniformizada.

Quanto ao infotainment, embora não façam parte da estrutura básica de uma matéria jornalística, podemos dizer que os comentários em estúdio possuem potencial de trazer mais informações, assim como também entreter o público destinatário. Portanto, as aparições dos comentários, e o seu viés opinativo ou informativo, nas apresentações são evidenciadas da seguinte forma, conforme mostrado na Figura 2.

Figura 2 - Presença de Texto do Âncora (comentário) Opinitivo e Informativo nas matérias do Programa Balanço Geral-SP (2023)



Fonte: elaborado pelo autor

Dos 53 materiais analisados, constatamos a presença de comentários de teor opinativo em 34 reportagens (64,1%) . Em 27 (50,9%) estão presentes comentários de teor informativo, correspondendo. Vale lembrar que entre essas matérias que contém comentários, há 13 casos em que temos a presença de comentários tanto de teor opinativo quanto de teor informativo, na apresentação, constituindo um percentual de 24%. E em 6 matérias (11,3%), não encontramos a presença de comentários do estúdio.

Nesse sentido, Rezende (2009) salienta que, em sua apreciação, o comentarista, muitas vezes, além de explanar os acontecimentos e problemas, orienta ao público, que pode conferir ao seu trabalho uma conotação de jornalismo de serviço. No comentário, a credibilidade do jornalista ou comentarista tem peso muito significativo. Por essa razão, os comentários devem ser confiados a jornalistas que aparecem, aos olhos do espectador, como especializados e particularmente competentes.

Seguindo esta lógica trazida pelo autor, e analisando os números de comentários de cada vertente presentes nas reportagens analisadas podemos dizer que, ao utilizar-se de comentários na apresentação de seus noticiáveis, o programa busca aliar a adição de informação à exposição de opiniões a respeito dos fatos e com isso, entregar à sociedade uma imagem de especialização quanto aos assuntos abordados, baseando-se na credibilidade de seus apresentadores e de da sua equipe, além de objetivar a aproximação com o público através do jornalismo de serviço.

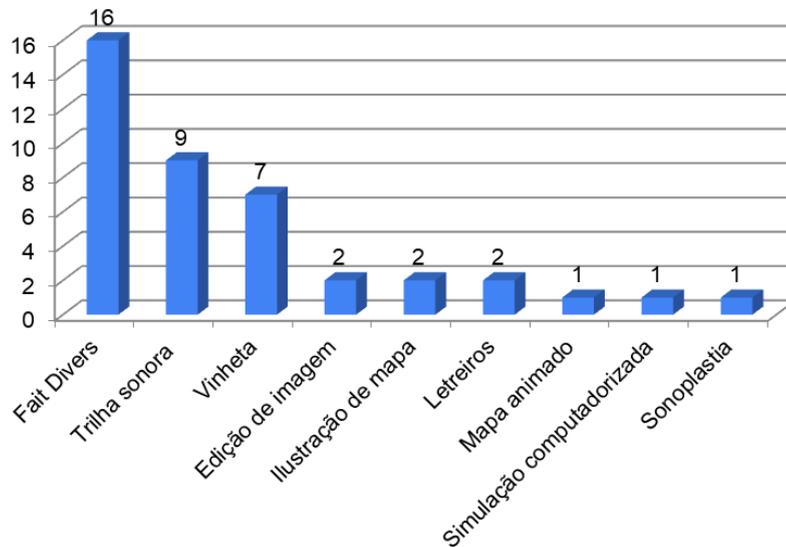
Quanto às suas ocorrências, os comentários de cunho informativo, são apresentados uma vez que o apresentador, em algum momento faz uma apreciação, e traz mais informações que podem não ser sido devidamente contempladas na pauta, como uma complementação à fala do repórter, ou enriquecimento das informações das imagens ou até mesmo informações externas, mas que de alguma forma estão relacionadas ao assunto para auxiliar na contextualização da pauta que está sendo exibida na reportagem.

Os comentários opinativos evidenciaram-se em momentos nos quais o apresentador se sentiu instigado a trazer a sua própria perspectiva como embasamento para o público. Notavelmente, eles apareceram muitas vezes, abordando as imagens e textos do repórter no *off*, mas também como comentários realizados basicamente em torno da problemática pautada em si.

Como vimos anteriormente, houveram casos em que ambos os tipos apareceram também aliados em uma mesma matéria, mas isso não acarretou em quaisquer mudanças quanto às funções estabelecidas de cada tipo de comentário presente.

No entanto, os elementos de Infotenimento precisam ser mais explorados para que seja possível qualificar o conjunto dos elementos e a Figura 3 fornece essa informação.

Figura 3 - Elementos de Infotainment presentes nas matérias do Programa Balanço Geral-SP (2023)



Fonte: elaborado pelo autor

Aliado ao conteúdo opinativo, temos a presença de *fait divers* como elemento mais utilizado pelo Programa Balanço Geral, no período analisado. Dos 41 elementos de Infotainment identificados, 16 estavam relacionados a essa categoria (39%).

Recuperando as definições trazidas por Dejavite (2001) e Dion (2007), percebemos por *fait divers* como o conceito referente às grandes notícias do dia ou aos fatos do dia. Em outras palavras, o termo se refere a vários itens de notícias que têm um significado importante e constituem um elemento importante da publicidade de entretenimento e da alimentação dos noticiáveis. Sendo *fait divers* o termo originado na imprensa francesa para definir qualquer notícia que se refira a uma perturbação incomum ou extraordinária em eventos cotidianos, como por exemplo, crimes passionais, brigas de rua, excesso de velocidade, assassinatos, buscamos localizar, nos materiais, atribuições feitas nas apresentações como manchetes chamativas para fatos chocantes, ou casos completamente incomuns que desafiam a lógica.

Relembramos o que estudamos com Dejavite (2001): que o *fait divers* é uma notícia sem categorização dentro de política, economia, guerra, entretenimento, ciência, etc. Em outras palavras, são informações monstruosas que se assemelham com os fatos anômalos ou triviais que normalmente se encaixam na categoria de diversidade. Seu conteúdo pode ser sobre catástrofes, assassinatos, sequestros, invasões, acidentes, roubos, ocorrências bizarras,

tudo sobre o ser humano: história, alienação, fantasmas, sonhos, medos, tudo é apresentado como vários fatos consumados. Suas circunstâncias, causas, passado e consequências. Sem duração nem contexto, expressa uma essência imediata que não menciona nada implícito

Sendo assim, temos, por exemplo, entre os materiais, desde notícias que trazem brutalidades como "Homem é morto após ser acusado de furto de café na zona leste de São Paulo" a casos recorrentes de "Golpes do amor". Casos surpreendentes como um carro apreendido com impressionantes 882 multas, um caso em que "Mãe e filha se unem e colocam ladrão para correr em MG".

Algumas notícias são apresentadas com o termo "Reportagem do dia", podendo ser estas referentes a diversos assuntos dentro das principais temáticas do programa, mas ainda sendo destacadas como muito importantes, devido a atribuição desse termo na apresentação da notícia. Como um exemplo de caso mais incomum, misterioso noticiado, temos o caso da "Árvore que chora esconde mistério na zona leste de SP".

Ao observar as matérias, buscamos elencar aqui aquelas que de fato, aparentam possuir fatos noticiáveis que possam causar perturbações no cotidiano, não discriminando uma editoria ou temáticas em específico.

Quando aprofundamos nossa análise estudando a relação entre os *fait divers* e a presença de comentários opinativos e informativos na apresentação dos eventos nos materiais elencados, observamos:

16 das 53 matérias possuem argumentos que interpolam o *fait divers* em sua composição (30,2%). Destas:

- Nove matérias se estruturam a partir do jornalismo opinativo (56,3%);
- Três matérias se estruturam a partir do jornalismo informativo (18,8%);
- Três matérias se estruturam a partir do jornalismo opinativo e informativo (18,8%);
- Uma matéria não apresenta comentário do mediador/jornalista;

Na matéria “Menino de 11 anos viaja escondido em ônibus de Brasília à São Paulo” do dia 17 de julho, destaca-se a presença de comentários de cunho opinativo por parte do apresentador, uma vez que a informação é trazida pela repórter que está falando ao vivo da localização do ocorrido. Temos a presença de comentários que destacam a anormalidade da situação em que uma criança toma uma atitude que foge da normalidade do seu cotidiano, criticando assim a ação da personagem. Como exemplificação, temos a passagem “[...]o moleque tá alucinado com as motos ali, ele até sobe em cima de uma. Ali ó, ó o que ele quer, ó o que ele quer. 11 anos[...]e se você pedir pra fazer a tabuada do 3... Entendeu?”(1’55”).

A matéria "Roubo a joalheria de luxo em Paris causa prejuízo milionário" do dia 2 de agosto possui apenas uma afirmação feita na cabeça de que o ocorrido trata-se de um "caso de cinema" para promover sua discrepância em relação às demais matérias do tema “roubos”, porém não foi detectada a presença de nenhum comentário dedicado por parte do apresentador, seja de teor informativo ou opinativo.

No dia 18 de agosto, temos a matéria “Árvore que chora esconde mistério na zona leste de SP” temos comentários que elevam a sensação de mistério transmitida para o telespectador, trazendo a visão do apresentador sobre a estranheza do fato, porém ao ser revelado o que de fato acontece com a árvore, os mediadores comentam informativamente, adicionando informações a respeito do caso.

Três matérias, nos dias 17 de julho e 2 e 18 de agosto, abordam um recorrente tópico ao qual o programa se refere como “Golpe do Amor”. Nestas matérias, evidenciam-se comentários de cunho informativo. Por exemplo: na matéria “Exclusivo- mulher cai no golpe do amor e manda dinheiro para homem comprometido” de 17 de julho, o apresentador, após a exibição da reportagem comenta sobre a declaração da Secretaria de Segurança Pública quanto a investigação da Polícia Civil; no dia 2 de agosto, na reportagem “Homem cai no 'Golpe do amor' e perde R\$ 300 mil”, brevemente dá detalhes do planejamento do golpista para prejudicar financeiramente a vítima; e opinativo, tal qual na matéria “Engenheiro cai no golpe do amor e é sequestrado em SP” de 18 de agosto, evidencia-se opiniões a respeito de casos em que uma pessoa entra em um site de relacionamentos acaba sendo levada a cair em um golpe e se expor a uma situação de sequestro ou algum perigo semelhante.

A reportagem do “PM apreende carro com 882 multas de trânsito em SP” do dia 25 de julho, a qual mostra o curioso caso de um veículo que custa a cifra de R\$ 224 mil. Nos

comentários o apresentador e a repórter que está ao vivo, opinam e satirizam o preço e as condições de conservação do veículo.

A matéria: “Reportagem do Dia- Homem transfere mais de R\$ 80 mil para noiva que nunca viu”, do dia 18 de agosto apresenta comentários feitos pelo apresentador de cunho tanto informativo, detalhando sobre como a vítima conheceu uma suposta militar que estava em um operação pedindo dinheiro para poder encontrá-lo, quanto opinativo, quando comenta a ingenuidade da vítima.

Na matéria “Influenciadora vegana morre após fazer dieta só com frutas” apresentada no dia 2 de agosto, o apresentador dá o seu ponto de vista a respeito do caso em que uma pessoa que se propunha a ensinar dietas para pessoas através da internet a qual acabou vindo a falecer por causa justamente de sua má nutrição.

“Homem é morto após ser acusado de furto de café na zona leste de São Paulo”, exibida no dia 2 de agosto, traz comentários opinativos e reflexivos dos mediadores a respeito do caso brutal, e prováveis punições. Como exemplo, temos as passagens: “não é assim que funciona uma sociedade”(6’41”), “Eu não vou usar o meu espaço para estimular a violência, pra falar ‘é isso aí que tem que fazer’. Não. Tem um monte de gente que faz esse tipo de discurso na televisão. Eu não”(7’52”), o comentarista presente no estúdio frisa: “homicídio doloso, com a intenção de matar, não vem com essa de agressão não”(9’13”).

Na matéria “Mãe e filha se unem e colocam ladrão para correr em MG”, de 2 de agosto, apresentador usa de seu espaço, para trazer sua opinião a respeito da inaptidão de um assaltante, a ponto de ser ‘posto para correr’ por mãe e filha: “Ele é ladrão iniciante. Esse cara precisa ser preso rápido pra não continuar roubando”(3’28”).

“Taxista pula de veículo em movimento para fugir de assalto”, apresentada no dia 10 de agosto, é comentada pelos mediadores, com críticas quanto à falta da garantia da segurança dos taxistas e motoristas de aplicativos durante a grande movimentação do cotidiano: “é só corrida, corrida, e você vai botando tanta gente no seu carro: bota um, bota dois, bota três, bota quatro. A chance de você uma hora você botar um torto dentro do teu carro, um cara que vai fazer coisa errada é muito grande. Então é uma roleta russa hoje você ser um motorista de táxi hoje em dia, um motorista de aplicativo” (9’10”).

Na exibição da “Reportagem do dia- Irmãs se vestem de vendedoras, hackeiam e furtam lojas em shoppings” que ocorreu no dia 2 de agosto, o apresentador opina a respeito da dúvida em relação à inocência ou não de uma das irmãs a partir das informações que estavam dispostas na página da Polícia Civil do MT.

No caso da matéria “Disputa animal famílias brigam na Justiça por guarda de gato fujão”, exibida em 10 de agosto, mediante uma enquete lançada ao público sobre a disputa, o comentarista presente no palco dá a opinião de que ele acredita que a guarda do gato deveria ficar com a família que lhe deu abrigo durante mais tempo.

Na apresentação da matéria “Mulher oferece almoço para ex-sogros e eles morrem horas depois” do dia 10 de agosto, apenas dois breves comentários feitos no estúdio: um informativo “Muito bem, que história, minha gente. Ela perdeu a guarda, a polícia tá investigando. Ela disse que só fez o prato. A coincidência é que ela não comeu o cogumelo, e os familiares dela não comeram. Só os convidados”(6’59”); e um opinativo “[...] mas eu acho que o futuro dela é cadeia”(7’41”).

A matéria “Jovem sequestrada quando bebê encontra irmã biológica na escola” também do dia 10 de agosto, é seguida por um breve comentário informativo do apresentador a respeito de como houve a descoberta e o reencontro das duas irmãs.

Os demais recursos de produção são trilha sonora, presentes em nove reportagens, vinheta (sete), edição de imagens (duas), ilustração de mapa (duas), Letreiros (dois), Mapas Animados (um), Simulação computadorizada (uma) e sonoplastia (uma).

Para basearmos nossa percepção acerca destes recursos de produção, vamos trazer de volta Silva, E. N. (2019), que nos diz que durante os anos 2000, com o aperfeiçoamento dos softwares de edição, novas visualidades se incorporam às narrativas telejornalísticas baseadas sempre no processamento das imagens digitais, sendo uma das grandes modificações nas rotinas produtivas do jornalismo televisivo veio através da edição não linear; e Cruz J. N. (2014) que nos lista os recursos avançados de som, como sonorização em telejornalismo pode ser utilizada nos telejornais em diversos formatos de sonorização de reportagens, trilhas sonoras e vinhetas, além de trilhas sonoras específicas, colocadas no ar em determinados momentos de um programa.

As trilhas sonoras específicas são as músicas ou trechos musicais utilizados como panos de fundo para a exibição de notícias ou reportagens, para trazer a atenção do telespectador a algum detalhe, ou quando a produção deseja enfatizar algum detalhe. Estes recursos aparecem em nove matérias.

As vinhetas foram observadas em notícias e reportagens pertencentes a quadros específicos, como o “Câmera do Balanço” e o “Reportagem do Dia”, sendo usadas para fazer a transição entre o ambiente do estúdio e as chamadas das respectivas matérias. Elas foram evidenciadas em sete materiais.

O programa, nas exibições de suas reportagens exibe predominantemente e em geral imagens com aspecto cru, sem nenhum tipo de edição, mas em duas ocorrências houve a percepção de imagens com edições mais complexas.

As ilustrações de mapa e mapas ilustrados somam três aparições. Utilizadas para indicar a localização de um fato que ocorreu a uma longa distância da zona de cobertura tradicional do telejornal.

Os letreiros foram vistos duas vezes, sendo utilizados para botar na tela algumas informações sobre as pautas, com o intuito de chamar a atenção do telespectador para a importância das mesmas. Uma simulação computadorizada foi exibida, para mostrar ao telespectador em detalhes minuciosos, como o fato noticiado ocorreu. Uma sonoplastia foi utilizada pelo estúdio a pedido do âncora, na exibição de uma matéria específica.

7.1 ANÁLISE DOS OPERADORES DE MODOS DE ENDEREÇAMENTO

Após discutirmos os elementos técnicos e de infotenimento presentes da estruturação das matérias analisadas, iremos nesta seção, convergir as características observadas durante os estudos para fazermos uma análise quanto ao modo de endereçamento do telejornal Balanço Geral-SP.

Utilizaremos os conceitos de Operadores de Análise, concebidos por Gomes (2011) e Gutmann (2005), além dos conceitos trabalhados pelos demais autores que constituem o referencial teórico deste trabalho, para fazer uma classificação do programa “Balanço Geral-SP” quanto ao seu modo de endereçamento.

Levamos em conta a estruturação técnica dos materiais, formatos e recursos citados no Quadro Teórico Metodológico (Quadro 1) para fazermos cruzamentos entre teoria e elementos, e assim analisarmos como o telejornal se comporta quanto ao seu endereçamento ao público.

Ao estudarmos os materiais, analisamos os elementos que compõem os materiais jornalísticos, e com base nessa análise evidenciamos os operadores que mais apresentaram destaque em cada matéria, observando e elencando os operadores que mais tiveram realce ao longo do estudo feito neste trabalho (Tabela 2).

Tabela 2 - Evidências de Operadores de Modos de Endereçamento nas matérias do Programa Balanço Geral-SP (2023)

Operadores de Endereçamento	Nº	%
Mediador	39	22,2
Papel do jornalismo	32	18,2
Temática	25	14,2
Formatos de apresentação da notícia	21	11,9
Recursos da linguagem televisiva	16	9,1
Relação com as fontes de informação	14	8,0
Recursos técnicos a serviço do jornalismo	13	7,4
Texto verbal	12	6,8
Contexto comunicativo	4	2,3
Subtotal	176	100
Múltipla contagem	123	69,9
Total de Matérias	53	--

Fonte: elaborado pelo autor

Quanto ao mediador, retomamos aqui a fala de Gomes (2011): o mediador é a figura central, “aquele que representa a faceta do programa, e que constrói a ligação entre o telespectador e os demais jornalistas que fazem o programa. Dessa forma, para compreender o modo de endereçamento, é fundamental analisar quem são os apresentadores, como se posicionam diante das câmeras e, logo, como se posicionam diante o telespectador”.

Observando os resultados presentes na Tabela 2, vemos que o operador de análise “Mediador” possui amplo destaque em 39 das 53 matérias analisadas (73,5%). O programa Balanço Geral conta nas suas apresentações com o apresentador principal no estúdio, os

repórteres que estão na rua ou em cena transmitindo as informações e um comentarista que está também no estúdio acrescentando suas palavras às do apresentador principal e lhe dando suporte argumentativo.

O apresentador principal tem notavelmente o maior tempo da fala no estúdio. Faz a tradicional introdução às matérias e reportagens, e retorna para deixar seus comentários posteriormente. Durante as suas falas, predominantemente gesticula com as mãos, ao que parece ser uma forma de transmitir sensações e passar segurança. Assume uma posição autoritária em alguns momentos, preocupada em outros, porém não exagerada. Às vezes ele se dirige à câmera, como se estivesse em diálogo com o telespectador, de modo que seus comentários se pareçam com conselhos a quem assiste. Tece críticas ao que vê como errado, e em momento ou outro, se coloca na mesma posição da comunidade.

Os repórteres trazem as informações, e em algumas ocasiões, atribuem caracterizações subjetivas aos acontecimentos. Mas, não trazem comentários em suas falas e não se comportam de forma destacada.

O comentarista que dá suporte ao apresentador, ocasionalmente faz breves colocações sobre os fatos noticiados, e em geral de forma mais enérgica, demonstra, em alguns momentos, mais irritação e indignação do que o apresentador. Suas falas tem um teor mais punitivo.

Sobre o papel do jornalismo, de acordo com Gomes (2011), e Gutmann (2005), além dos levantamentos feitos das temáticas presentes nas matérias colhidas, observamos que a grande presença de pautas pertencentes às vertentes da segurança pública conferem ao programa uma função de vigilância, que o coloca como uma espécie de guarda, aquele que deve alertar a sociedade sobre os perigos aos quais ela pode estar sendo submetida. Além desse pacto, também está presente um outro, que se remete à função de conversação social, na qual o relato dos fatos ocorre de modo a alimentar a conversação cotidiana que visa a informação e formação dos telespectadores sobre a realidade social. É baseado nesses pactos, que o programa atua como um agente de assistência social para a comunidade.

Durante o estudo dos materiais, percebe-se que existe uma preocupação do programa, independente da temática abordada, no alerta às comunidades e o trabalho com o viés da vigilância. O operador Pacto sobre o Papel do Jornalismo possui destaque em 32 matérias (60,4%).

Vendo a Tabela 1 sobre os Temas dos fatos noticiados por dia, temos uma ideia de quais editorias e assuntos mais predominam entre os noticiáveis que o programa costuma transmitir. As pautas mais presentes, se remetem às questões de segurança pública, embora o Balanço Geral traga também notícias de teor mais curioso e inusitado ou até pautas mais banais, é notável essa relação que o programa estabelece com o telespectador de transmissor das importantes informações de segurança e utilidade pública.

Como já salientado anteriormente, entre as matérias analisadas, nota-se uma grande presença de assuntos relacionados à segurança pública, tendo este fator grande importância na construção da identidade do programa. O destaque para esse operador é evidenciado em 25 matérias (47,2%).

Quanto aos formatos de apresentação da notícia, de acordo com os conceitos trazidos por Temer (2007), Torres (2008) e Rezende (2009), nota-se a partir dos materiais analisados que, uma grande maioria é apresentada em formato de notícia, pautas com caráter mais urgente, que necessita de uma transmissão rápida.

Dentre os materiais analisados neste trabalho, por exemplo, a grande maioria dos materiais, como por exemplo “Grávida de nove meses passa mal no meio da rua após ser assaltada”, do dia 25 de julho e “Engenheiro é morto durante assalto na zona leste de São Paulo” do dia 10 de agosto, são apresentados no formato de notícia, alguns outros casos por apresentarem conteúdo com características mais atemporais e narrativas mais aprofundadas, com maior capacidade de desdobramento e que poderiam ser abordadas em qualquer momento, se caracterizam como reportagem, por exemplo, “Moradores reclamam de onda de roubos na Grande São Paulo”. Algumas matérias como “Polícia prende torcedor do Flamengo suspeito de ter matado palmeirense” se enquadram no formato de *flash* também conhecido como chamada ao vivo, no qual o apresentador, no estúdio, conversa em tempo real com o repórter que está na rua. Neste estudo, as formas de apresentação da notícia pelo programa Balanço Geral, assumiram papel de destaque em 21 matérias (39%).

A relação com as fontes de informação se estabeleceu, na grande maioria, com o cidadão comum, seja nos casos em que ele é afetado pelas notícias, ou quando ele mesmo é transformado em notícia. Nas matérias analisadas, estas fontes estão presentes nas sonoras e entrevistas. Há também as fontes oficiais: a autoridade e o especialista. A matéria “Traficante ganha benefício de prisão domiciliar e foge para SP”, conta com uma fonte de autoridade, no caso, a polícia, a qual está presente na matéria em forma de uma sonora retirada de uma

entrevista coletiva. Enquanto na matéria “Câmera do Balanço - Saiba como identificar o golpe do falso leilão” do dia 2 de agosto, vemos um especialista em tela, sendo entrevistado. O destaque deste operador, comparado aos demais elementos é evidenciado em 26% das matérias.

Quanto aos recursos da linguagem televisiva, referindo-se à apropriação de recursos de gravação, edição e montagem de imagem e som utilizados no programa, observa-se que as imagens apresentadas, não possuem aspectos significativos de edição. São em geral de aspecto mais cru, salvo em ocasiões em que a produção do programa considera a necessidade de aplicar algum tipo de filtro, como no caso de censuras de identidade, por exemplo. As mais notáveis angulações aparecem em casos nos quais o contra-luz é utilizado pela mesma motivação. Na matéria “Homem é morto após ser acusado de furto de café na zona leste de São Paulo”, do dia 2 de agosto, a produção faz um uso de imagens de café sendo processado e servido para ilustrar a pauta. Quando a matéria conta a história de uma personagem, ela ou apresenta esta personagem em sonoras ou em imagens dessa personagem, como arquivos pessoais, entre outros.

Recursos de produção, como edições mais elaboradas foram detectados em 17 matérias, sendo eles e seus respectivos números de ocorrências (Figura 3): vinhetas (sete), trilhas sonoras musicalizadas (nove), imagens editadas (duas), letreiros (dois), mapas (três) simulação computadorizada (uma), e sonoplastia (uma). Assumindo que a sonoplastia foi um breve adendo do estúdio, sua significância não recebe muito destaque na apresentação, ou contrário dos demais recursos que tiveram participação mais relevante. Sendo assim estes recursos, somados, possuem destaque em 16 matérias, ou 30,2%.

Os Recursos técnicos a serviço do jornalismo são a forma como as emissoras lidam com as tecnologias visuais e sonoras colocadas ao serviço do jornalismo, como mostram ao telespectador o trabalho envolvido na produção de notícias, são fortes componentes da credibilidade do programa/emissão e um importante meio de determinar a autenticidade. Como exemplo, nós tivemos a utilização de chamadas ao vivo, câmeras escondidas, e enquetes feitas para o público expressar-se junto ao programa. Entre as matérias trazidas para estudo, o ao vivo foi evidenciado seis vezes, as enquetes, duas vezes, câmeras escondidas, três vezes.

Analisando a proporção de ocorrências destes tipos de recursos em relação à totalidade de materiais analisados, temos a significância deste operador evidenciada em 13, ou, 7,4% das matérias.

O Texto verbal ou o diálogo do programa com o telespectador consiste, em além de uma apresentação da pauta, a eventual dramatização, a informação e não menos importante, os comentários. Os comentários se destacam ao utilizarem-se das informações apresentadas nas matérias como base para que o apresentador traga ao telespectador, além de seu ponto de vista sobre o assunto, a legitimação do seu programa como fonte de informação e pensamento crítico. Vale ressaltar que para a análise do texto verbal do programa não se usou como critério de análise, tonalização das falas.

Peguemos como exemplo a matéria ”Menino de 11 anos viaja escondido em ônibus de Brasília à São Paulo”: o apresentador critica o comportamento do personagem, o menino, ao mesmo tempo em que critica os influenciadores da internet com o comentário “[...] Tá iludido com a internet. Fica vendo um monte de gente que ensina coisa errada, e ainda se coloca como *influencer*. São as pessoas que influenciam de forma negativa as pessoas” (2’30”).

Observa-se também principalmente por parte do comentarista um certo embasamento em tópicos como legislação e códigos penais em suas intervenções, exemplificado na matéria “Homem é morto após ser acusado de furto de café na zona leste de São Paulo”, pela fala “homicídio doloso, com a intenção de matar, não vem com essa de agressão não” aos 9 minutos e 13 segundos de exibição.

Trazendo um adendo sobre os comentários, nas 53 matérias elencadas em nosso estudo, detectamos 34 presenças de comentários tanto de teor opinativo, quando o intuito da fala é trazer o ponto de vista do mediador, 27 de teor mais informativo, quando o comentário se foca em adicionar informação ao que já foi passado. Seis matérias não apresentam comentários.

Não havendo muitos textos que se sobressaem à padronização discursiva do programa, o destaque deste operador é observado em 12 matérias (22,6%)

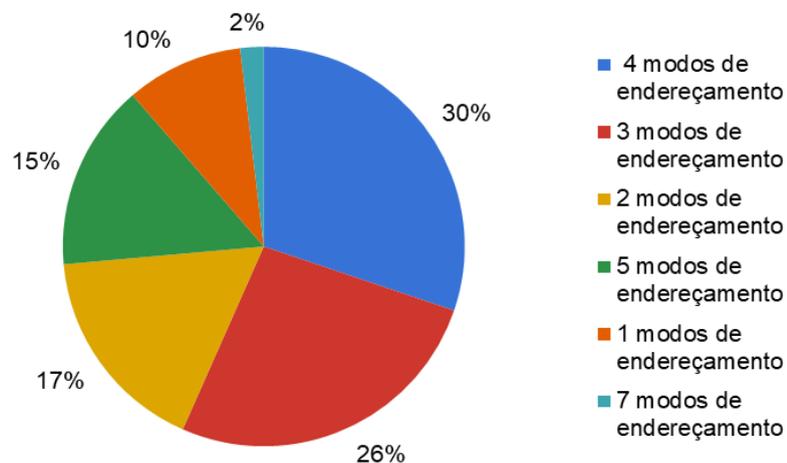
Quanto ao contexto comunicativo, segundo Gutmann (2005), é a situação que regula o que vai ser dito a partir do reconhecimento por parte do programa, do seu receptor, da sua competência cultural e daquilo que é compartilhado com ele. Por isso, para compreender o

contexto é necessário entender como o sujeito que tem voz reconhece o “outro” e o posiciona no texto.

O programa não possui grandes peculiaridades ou figurativizações na sua forma de dialogar com o telespectador, fazendo com que este operador não assuma uma posição de destaque significativa na nossa análise: quatro matérias (7,5%).

É fundamental contabilizar, no entanto, a múltipla contagem de operadores (Tabela 2). No decorrer da análise dos operadores de endereçamento que apresentam amplo destaque nas exibições das matérias do programa Balanço Geral, notamos que em vários casos, múltiplos operadores tinham relevância evidenciável (Figura 4).

Figura 4 - Análise da múltipla contagem de Operadores de Modos de Endereçamento nas matérias do Programa Balanço Geral-SP (2023)



Fonte: elaborado pelo autor

Das 53 reportagens elencadas no estudo, em oito casos, cinco tipos de operadores tiveram ampla significância na apresentação, o que representa cerca de 15% dos materiais. Os casos em que quatro operadores se destacaram nas análises, somam 16 casos, ou cerca de 30% dos materiais. Somando essas médias, temos um total de 24 matérias (cerca de 45%) em que podemos dizer que a apresentação é muito bem endereçada.

Os casos em que três operadores foram melhor destacados representam 14 matérias (26%). Casos em que apenas dois operadores se evidenciaram melhor, representam 17% dos casos, e um único operador se destaca em cinco reportagens (cerca de 10%). Neste caso, convergimos os números e temos um total de 27% das ocorrências, em que não se detectou destaque de muitos operadores. Uma das reportagens, simbolizando 2% do total, aparece tendo sete operadores em destaque.

Constatamos, então, que nas reportagens produzidas e apresentadas pelo Programa Balanço Geral, o maior destaque está nos elementos relacionados aos operadores de análise de Mediador, Pacto sobre o papel do jornalismo e Temáticas, organização das pautas e proximidade com a audiência. Isto não significa dizer, no entanto, que estes sejam por si só a estrutura de endereçamento do programa, mas que a construção dos materiais noticiáveis é em sua essência feita em volta deles. Esta estruturação é composta pelos demais operadores que trabalham interligando os principais e auxiliando-os a obter a significância que eles ilustraram na análise que fizemos.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da observação dos resultados desta pesquisa, concluímos que o presente trabalho cumpre seu objetivo geral na medida em que consegue compreender e trazer uma perspectiva da caracterização do endereçamento do telejornal Balanço Geral-SP em seu relacionamento com o público. As etapas específicas que serviram como passos para chegar ao resultado final, também tiveram seus resultados alcançados.

Recuperando o nosso problema de pesquisa o qual o nosso trabalho exerce a função de responder: “Quais são as características da expressão do endereçamento como conceito atualizado no programa televisivo em análise?”, apresentamos aqui, os principais resultados emergentes de nosso estudo.

Durante os primeiros levantamentos, foi feito o diagnóstico das pautas de maior preferência de abordagem pelo programa, a qual nos revelou que o Balanço Geral-SP demonstra maior adesão às editorias ligadas a assuntos referentes à área da segurança pública.

Com os estudos foi possível identificar certos padrões relativos às apresentações das matérias, como a estrutura de produção tendo grandes semelhanças entre si, contendo algumas

exceções evidenciadas em alguns casos por aparições de recursos de produção resultantes de toques de edição não linear. Também sobre as apresentações, enfatizamos a presença de comentários em uma grande porcentagem delas. Quanto a esses comentários, considerando tanto as que apresentam apenas um dos aspectos quanto ambos, evidenciamos que o programa se apoiou no jornalismo informativo em 27 matérias, e o opinativo em 34, diagnosticando inclinação à exposição opinativa por parte dos mediadores, com 64,1% de presença de comentários opinativos.

Realizamos também um estudo abordando o *fait divers*, um elemento que se caracteriza por ser muito importante quando nós estamos falando sobre infotimento, pois é a partir do *fait divers* que é feita definição de quais acontecimentos são narrados e noticiados ao público. Estes assuntos podem ser de qualquer tema que possa trazer alguma perturbação nos eventos do cotidiano, e prender a atenção do público. Para termos uma ideia de como o *fait divers* se faz presente na produção de notícias do programa, 16 das 53 matérias possuem argumentos que promovem o *fait divers* em sua composição, sendo 30,2% do total. Conforme apuramos em nossa análise, os *fait divers* exibidos presentes no programa Balanço Geral-SP durante o período analisado neste trabalho, partem da mesma vertente das principais temáticas apresentadas nas matérias (roubos, mortes, etc.), assuntos pertencentes à área da segurança pública, e que, ao mesmo tempo, se apresentam com um viés de utilidade ao público pela exploração do diálogo com o telespectador, através dos comentários, trazendo tanto o jornalismo informativo quanto o opinativo, mantendo um pouco mais de foco na parte opinativa: 56,3% do total. E, levando em conta a influência que o *fait divers* pode ter na construção das notícias e observando a ligação com o jornalismo opinativo, cabe a reflexão de que o programa, quando transmite o seu ponto de vista acerca de eventos que causam perturbação no cotidiano da população, pode vir a influenciar a percepção do público sobre a realidade cotidiana, destacando eventos excepcionais através de uma visão distorcida, ou distinta da qual deveria ser normal na sociedade.

Por fim, quanto ao modo de endereçamento do programa, os operadores que se demonstraram mais importantes na construção da identidade do programa e a relação com o público durante este estudo, foram o Mediador tendo destaque em 73,5% das matérias analisadas, Pacto sobre o papel do jornalismo (60,4%) e Temáticas, organização das editorias e proximidade com a audiência (47,2%). Porém os demais (Formatos de apresentação da notícia, Relação com as fontes de informação, Recursos da linguagem televisiva, Recursos

técnicos a serviço do jornalismo, Texto verbal e Contexto comunicativo) também apresentam certa importância na composição dos materiais jornalísticos analisados, pois eles possuem funções que complementam uns aos outros assim como também fornecem suporte aos que mais se destacam.

O trabalho teve limitações quanto ao aprofundamento para um estudo mais conceitual em relação às matérias, como por exemplo, uma análise de conteúdo ou discurso, que poderia fornecer ainda mais resultados. Este estudo se limitou a estudar as matérias mais categoricamente, tendo em base suas construções, enquanto fornecia pareceres quantitativos e qualitativos acerca dos elementos dessas estruturas. Cabe dizer também, que o resultado desta pesquisa não é absoluto, pois corresponde a um estudo em um limitado espaço de tempo.

Com o estudo que foi apresentado neste trabalho, visamos contribuir com a área da comunicação, oferecendo um entendimento de como os telejornais constroem a relação com o seu público por meio da organização na produção de seus materiais jornalísticos, permitindo assim, uma compreensão mais profunda de como o telejornal se posiciona em relação ao espectador, seja como um igual, um conselheiro, ou uma autoridade. Este conhecimento adicional pode auxiliar tanto quem busca compreender o telejornalismo como consumidor de informação, quanto quem, enquanto comunicador, busca melhorias nas práticas de produção jornalística.

Este trabalho também pode servir como um fomento para mais estudos voltados à abordagem da relação entre telejornal e telespectador, podendo servir como ponto de partida para investigações que explorem como diferentes formas de comunicação impactam a percepção do público em diversos contextos midiáticos. A estratégia metodológica utilizada neste trabalho pode ser refinada, utilizando-se abordagens mais amplas, que possam suprir as limitações constatadas neste, como uma análise mais discursiva, ou em um espaço de tempo mais amplo, por exemplo.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa edições, 70, 225. 1977.
- BORJA, J. **O grito da cidade: Balanço Geral, qualidade e modos de endereçamento**. Gênero televisivo e modos de endereçamento no telejornalismo. 2011.
- COUTINHO, I. **Telejornalismo no Brasil: um olhar sobre os reflexos do padrão americano**. 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r0647-2.pdf>>. Acesso em: 9 Mai. 2023.
- CRUZ, J. N. **A trilha sonora como produtora de sentido no telejornalismo: uma análise da utilização de sons no Esporte Espetacular e no Jornal Nacional**. 2014. Disponível em: <<https://www2.ufjf.br/facom/wp-content/uploads/sites/433/2013/11/MONOGRRAFIA-JUNIO.pdf>>. Acesso em: 16 ago. 2023
- CRUZ, M. M. A. **O discurso telejornalístico entre Brasil e França: Jornal Nacional e Le 20 Heures**. 2013. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/handle/1884/53634>> Acesso em: 10 Mai. 2023.
- DE AGUIAR, L. A. Entretenimento: valor-notícia fundamental. **Estudos em Jornalismo e Mídia** Ano V - n. 1 pp. 13 - 23 jan./ jun. 2008. Disponível em: <<https://www.academia.edu/download/53116651/10217.pdf>>. Acesso em: 21 Ago. 2023
- DE AGUIAR, L. A.; CRUZ, J. **Infotainment e legitimação da opinião: estudo de caso sobre o programa Greg News1**. 2020. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/49583/49583.PDF>> Acesso em: 2 Jun. 2023.
- DEJAVITE, F. A. **O poder do *fait divers* no jornalismo brasileiro: humor, espetáculo e emoção**. 2001. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/95531831334633995496460869458986933076.pdf>>. Acesso em: 9 Mai. 2023.
- DEJAVITE, F. A. A notícia light e o jornalismo de infotainment. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2007.
- DEJAVITE, F. A. **INFOtainment: informação+ entretenimento no jornalismo**. Paulinas, 2006.
- DIAS, P. R. **Televisão brasileira e entretenimento: o espetáculo ao mito**. 2016. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/download/122580/130510/260342>>. Acesso em: 24 Jul. 2023.
- DION, S. **O *fait divers* como gênero narrativo**. 2007. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/letras/article/view/11944/7358>>. Acesso em: 25 jul. 2023.
- EMERIM, C. **A reportagem de televisão: o texto em hipérbole para hipersegmentos** 2019. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0286-1.pdf>>. Acesso em: 24 Jul. 2023.
- GOMES, I. M. M. **Gênero televisivo e modos de endereçamento no telejornalismo**. 2005.

GUTMANN, J. F. **Jornal da mtv em três versões: gêneros e modos de endereçamento como estratégias de mediação musical**. 2005. Disponível em: <<https://dokumen.tips/documents/universidade-federal-da-bahia-faculdade-de-da-temtica-musical-por-um-produto-televisivo.html>>. Acesso em 12 Set. 2023.

LIMONDRE, L. et al. **Infotainment (informação e entretenimento no jornalismo)**. 2011. Disponível em: <http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2011/anais/arquivos/0143_0922_01.pdf>. Acesso em: 9 Mai. 2023.

MARTINS, M. O. et al. **As histórias reais da reportagem: modos de endereçamento e as estratégias do telejornal**. 2021. Disponível em: <<https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21556/23854>>. Acesso em: 12 Set. 2023.

MELLO, J. N. **Telejornalismo no Brasil**. 2009. Disponível em: <<https://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf>>. Acesso em: 9 Mai. 2023.

PASTERNOSTRO, V. I. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2006.

REITER, V. G. **A fofoca como infotainment**. Brasil 247. 2020.

REZENDE, G. J. **Telejornalismo no Brasil**. São Paulo: Summus, 2000.

REZENDE, G. J. **Gêneros e formatos Jornalísticos na Televisão brasileira**. 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.orgfr/papers/nacionais/2009/resumos/r4-2902-1.pdf>>. Acesso em: 22 Ago. 2023.

SILVA, A. E. C. **Análise de conteúdo e verificação da presença do infotainment nas revistas eletrônicas Fantástico e Domingo Espetacular**. 2013. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/vernaculo/article/view/34105>>. Acesso em: 20 Ago. 2023.

SILVA, E. N. **Visualidades no Telejornalismo: o design da notícia numa perspectiva histórica**. 2019. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0282-1.pdf>>. Acesso em 16 Ago. 2023.

TEMER, A. C. R. P. **Reflexões sobre a tipologia do material jornalístico: o jornalismo e as notícias**. 2007. Disponível em: <<https://repositorio.bc.ufg.br/bitstream/ri/19517/3/Artigo%20-%20Ana%20Carolina%20Rocha%20Pessoa%20Temer%20-%202007.pdf>>. Acesso em: 20 Jun. 2023.

TORRES, C. S. D. **Telejornal: estratégias e sentidos do discurso audiovisual**. 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2008/resumos/r10-0439-1.pdf>>. Acesso em: 20 Jun. 2023.

VEIGA, Zaclis. **Telejornalismo e violência social – a construção de uma imagem**. Editora Pós-Escrito: Curitiba, 2000.