



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

ANA CAROLINA FELIPE CONTATO

**AS TRANSFORMAÇÕES DO TELEJORNALISMO
BRASILEIRO E SUAS IMPLICAÇÕES NO TELEJORNAL
REGIONAL:
UM ESTUDO DO PARANÁ TV 1ª EDIÇÃO**

Londrina
2014

ANA CAROLINA FELIPE CONTATO

**AS TRANSFORMAÇÕES DO TELEJORNALISMO
BRASILEIRO E SUAS IMPLICAÇÕES NO TELEJORNAL
REGIONAL:
UM ESTUDO DO PARANÁ TV 1ª EDIÇÃO**

Trabalho apresentado ao Mestrado de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina, como requisito à obtenção do título de mestre.

Orientador: Prof^a. Dra. Florentina das Neves Souza.

Londrina
2014

C759t Contato, Ana Carolina Felipe.

As transformações do telejornalismo brasileiro e suas implicações no telejornal regional: um estudo do Paraná TV 1ª edição / Ana Carolina Felipe Contato. – Londrina, 2014.
109 f. : il.

Orientador: Profª Drª. Florentina das Neves Souza

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual de Londrina, Centro de Educação Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2014.

1. Telejornalismo - Brasil – Teses. 2. Telejornalismo - Londrina – Teses. 3. Comunicação social – Teses. 4. Comunicação de massa. I. Contato, Ana Carolina Felipe. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Estudos Comunicação e Artes. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. III. Título.

CDU 070.19

ANA CAROLINA FELIPE CONTATO

**AS TRANSFORMAÇÕES DO TELEJORNALISMO BRASILEIRO E
SUAS IMPLICAÇÕES NO TELEJORNAL REGIONAL:
UM ESTUDO DO PARANÁ TV 1ª EDIÇÃO**

Trabalho apresentado ao Mestrado de Comunicação
da Universidade Estadual de Londrina, como
requisito à obtenção do título de mestre.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Florentina das Neves Souza
UEL – Londrina - PR

Prof^a. Dr^a. Maria Cecília Guirado
UEL – Londrina - PR

Prof^a. Dr^a. Iluska Maria da Silva Coutinho
UFJF - Juiz de Fora - MG

Londrina, 11 de março de 2014.

Dedico este trabalho à minha família.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me dar a força necessária para cumprir esta etapa; a minha família e ao Marcelo por terem me apoiado durante os dois anos deste Mestrado; à minha orientadora, Flora Neves, não apenas pela orientação irretocável, mas também por ser uma coordenadora atenta às necessidades de todos os estudantes. À professora Ana Paula Oliveira pelas preciosas considerações acerca do meu trabalho quando da banca de qualificação e às professoras Maria Cecília Guirado e Iluska Coutinho por me darem a honra de discutir e contribuir com a minha pesquisa.

Agradeço a todos os demais professoras do Programa por me oportunizarem novos olhares a partir de autores inéditos em minha caminhada acadêmica.

Agradeço ainda ao Valter, ao Seo Luis e a Rayanna da secretaria por estarem sempre prontos a colaborar conosco. Agradeço à equipe de fotocópias do Centro de Ciências Humanas que sempre me atendeu com muita presteza e simpatia, assim como a todos os funcionários da RPCTV que abriram as portas da emissora para que eu pudesse realizar meu trabalho.

Aos meus entrevistados e sua boa vontade, sem os quais a pesquisa não poderia se concretizar. Agradeço ao Professor Paulo César Boni por confiar a mim as traduções da Revista Discursos Fotográficos, honrando-me com o desafio de contribuir com uma publicação referência não apenas no Programa, mas em toda a Universidade.

Agradeço aos meus colegas de sala – os debates promovidos por nós e a amizade que se consolidou estarão sempre nas minhas lembranças. Aos meus antigos amigos, do colégio e da graduação, por terem me ouvido falar sobre uma dissertação aparentemente interminável: obrigada pela paciência!

A todos que, de algum modo, contribuíram para a concretização deste trabalho, muito obrigada.

“Há homens que lutam um dia e são bons; há outros que lutam um ano e são melhores; há aqueles que lutam muitos anos e são muito bons; mas há os que lutam toda a vida. Estes são imprescindíveis.”

Bertold Brecht

CONTATO, Ana Carolina Felipe. **As transformações do telejornalismo brasileiro e suas implicações no telejornal regional**: um estudo do Paraná TV 1ª Edição. 2013. 109 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2014.

RESUMO

Este trabalho faz uma retomada dos principais momentos do telejornalismo no Brasil, expõe os diferentes formatos telejornalísticos e eleje o telejornal diário regional como objeto de análise. Observando as transformações dos telejornais em relação ao formato e linguagem desde os anos 1950 até a atualidade, busca-se por meio de estudo bibliográfico, entrevistas e exame de telejornais das décadas de 1980, 1990 e 2000 verificar quais foram as principais mudanças. São selecionados itens de linguagem verbal, visual e de conteúdo do telejornal local *Paraná TV*, da emissora *TV Coroados*, afiliada à *Rede Globo* em Londrina.

Palavras-chave: Comunicação. Telejornalismo. Linguagem telejornalística. *Paraná TV*.

CONTATO, Ana Carolina Felipe. **The transformations of Brazilian television news and its implications on local daily newscast**: a study of Paraná TV 1ª Edição. 2013. 109 p.
Dissertation (Master's degree in Communication) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2014.

ABSTRACT

This work summarizes the most important moments of Brazilian TV news, exposes the different kinds of telejournalism and elects regional daily newscast as object of analysis. It aims at verifying what kind of changes occurred, observing the transformations in language and format since the 1950's until nowadays, by means of studying the literature, interviewing people who made and still make TV news and scanning daily newscasts from the 1980's, 1990's and 2000's. Verbal, visual and content itens are selected from the TV news *Paraná TV*, from *TV Coroados*, affiliated of *Rede Globo* in the city of Londrina.

Keywords: Communication. Daily newscast. TV newscast's language. *Paraná TV*.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1	–	Uso de Elementos Gráficos em VTs de 2013	80
Imagem 2	–	Uso de Elementos Gráficos em VTs de 2013	80
Imagem 3	–	Uso de Elementos Gráficos em VTs de 2013	81
Imagem 4	–	Apresentação do telejornal em 1983.....	84
Imagem 5	–	Apresentação do telejornal em 1995.....	85
Imagem 6	–	Apresentação do telejornal em 2002.....	85
Imagem 7	–	Apresentação do telejornal em 2013.....	86
Imagem 8	–	Apresentação do telejornal em 2013.....	86
Imagem 9	–	Apresentação do telejornal em 2013.....	86
Imagem 10	–	Frame de parte da vinheta de abertura do telejornal em 1983	90
Imagem 11	–	Frame de parte da vinheta de abertura do telejornal em 2013	90
Imagem 12	–	Entrevista de estúdio de 1995	92
Imagem 13	–	Entrevista de estúdio de 2002	92
Imagem 14	–	O Comentarista Fábio Silveira em sua coluna política no telejornal em 2013.....	93
Imagem 15	–	O Comentarista Fábio Silveira em sua coluna política no telejornal em 2013.....	94
Imagem 16	–	Entrevista de estúdio de 2013	95
Imagem 17	–	Incentivo à interatividade por meio do site do telejornal em 2013.....	96
Imagem 18	–	Público vai ao Estúdio assistir ao Paraná TV ao vivo em 2013.....	96

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Número de elementos obtidos	70
Tabela 2 – Quantidade de Planos Fixos utilizada nos VTs	72
Tabela 3 – Quantidade de Planos em Movimento utilizados nos VTs	74
Tabela 4 – Quantidade de Planos ópticos utilizados nos VTs	74
Tabela 5 – Elementos de formato da notícia telejornalística nos VTs	79
Tabela 6 – Elementos gráficos utilizados nos VTs	79
Tabela 7 – Elementos de conteúdo – a escolha de pauta nos VTs	82
Tabela 8 – Apresentação do telejornal	88
Tabela 9 – Elementos constitutivos do TJ	91

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BAND	Rede Bandeirantes de Televisão
BG	<i>Background</i>
CP	Contraplano
CQC	<i>Custe o que Custar</i>
GRPCOM	Grupo Paranaense de Comunicação
Grupo OM	Grupo Oscar Martinez
HD	<i>High Definition</i>
HDTV	<i>High Definition Television</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBOPE	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
JN	<i>Jornal Nacional</i>
NatGeo	<i>National Geographic</i>
Pan	Panorâmica
RPC	Rede Paranaense de Comunicação
SBT	Sistema Brasileiro de Televisão
TJ	Telejornal
TV	Televisão
VT	Videoteipe

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	TRANSFORMAÇÕES DO TELEJORNALISMO NO BRASIL	18
3	FORMATOS TELEJORNALÍSTICOS	31
3.1	O TELEJORNAL DIÁRIO E SUAS CARACTERÍSTICAS.....	35
4	A LINGUAGEM NO TELEJORNALISMO	37
4.1	ELEMENTOS DE LINGUAGEM VISUAL	38
4.1.1	Os Planos Fixos	38
4.1.2	Elementos Gráficos	42
4.1.3	Cenário	43
4.2	APRESENTAÇÃO DO TELEJORNAL.....	44
4.3	ELEMENTOS DO TEXTO VERBAL.....	45
4.4	ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DO TELEJORNAL.....	46
4.5	ELEMENTOS DE FORMATO DA NOTÍCIA TELEJORNALÍSTICA.....	51
4.6	ELEMENTOS DE CONTEÚDO.....	53
4.6.1	O Telejornalismo Regional	54
4.6.1.1	A TV Paranaense/RPC TV.....	57
4.6.1.2	Os primeiros programas telejornalísticos da <i>TV Paranaense/RPC TV</i>	58
4.6.2	A TV Coroados	59
5	O ESTUDO DA LINGUAGEM DO TELEJORNAL DA RPC	64
5.1	O USO DOS PLANOS.....	71
5.2	ELEMENTOS DE FORMATO DA NOTÍCIA TELEJORNALÍSTICA.....	75
5.3	ELEMENTOS GRÁFICOS.....	79
5.4	ELEMENTOS DE CONTEÚDO: A ESCOLHA DAS PAUTAS	81
5.5	FORMATOS DE APRESENTAÇÃO DO TELEJORNAL	83
5.6	ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DO TELEJORNAL.....	88
5.7	INTERATIVIDADE	95

6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	100
	REFERÊNCIAS	108
	ANEXO A – CD com os telejornais	109

1 INTRODUÇÃO

Um dos princípios básicos nas pesquisas em ciências sociais aplicadas é admitir que poucos resultados podem ser considerados definitivos. Isso se dá devido ao fato de que a cultura é como um organismo vivo, em constante mutação e, portanto, assim também são as sociedades. Entretanto, só se pode classificar um povo como tal, quando seus indivíduos apresentam características comuns que os diferenciam de outros. Neste sentido, se há um fator diferencial na sociedade brasileira é sua ligação com a televisão. Poucos países elegeram o meio eletrônico como primordial no que tange à informação e entretenimento como o nosso e, ainda que novos meios estejam surgindo e ocupando espaço – o que é natural – a TV segue seu curso hegemônico nas casas e vidas dos brasileiros.

Logo em sua inauguração em 1950 pelos *Diários Associados* de Assis Chateaubriand, a pioneira *TV Tupi* já contava com seu primeiro noticiário, o *Imagens do Dia*. Embora seu nome estivesse ligado à visualidade, quase não havia produção de imagens, pouco material era filmado com as câmeras de filme utilizadas à época e o telejornal era basicamente composto pela leitura das informações no vídeo. Esta característica se deve ao veículo de maior sucesso naquele tempo: o rádio, presente na maioria dos lares brasileiros, foi sendo substituído pelo novo meio eletrônico e seus profissionais também migraram, levando as características do antigo veículo para o novo. Este “telejornalismo radiofônico”, ao vivo e improvisado fora predominante ao longo da primeira década de televisão no Brasil.

Na posterior década de 1960, a proliferação de emissoras por todo país começou a popularizar a televisão, e seus noticiários começaram a ser pensados em formato e conteúdo tendo em vista as particularidades do meio. Data desta época o *Jornal de Vanguarda*, exibido inicialmente pela *TV Excelsior*. Desta feita, o nome refletia o que era levado ao ar: cerca de dez apresentadores se movimentavam pelo estúdio levando ao telespectador notícias de forma dinâmica e os profissionais vindos da mídia impressa enriqueciam o telenoticiário. Entretanto, o golpe militar de 1964 e o endurecimento da ditadura nos anos seguintes cerceou a liberdade de expressão deste e de outros programas, o que acabou implicando em telejornais pouco criativos até meados da década de 1970.

Em 1969 vai ao ar o *Jornal Nacional*, que se consolidaria como referência de padrão telejornalístico tanto para o público quanto para os profissionais de TV. Pela primeira vez, o telespectador dispunha de um telejornal com editorias bem demarcadas e boa fusão entre imagem e texto. Todavia, o *JN*, assim como os demais programas, estava sob influência do Regime Militar e seu conteúdo privilegiava informações internacionais, tendo

em vista que a política nacional não podia ser amplamente divulgada em razão da censura. Em 1970, o *Repórter Esso*, símbolo do jornalismo radiofônico e sucesso na TV dos anos 1950 e 1960 era transmitido pela última vez. Com seu término, a era radiofônica e amadorística também findaram e uma linguagem genuinamente telejornalística passou a ser buscada.

Em 1973, o *Fantástico*, da *Rede Globo* estreava levando ao público uma mistura inédita de jornalismo e entretenimento, modelo até hoje reproduzido por outras emissoras. Também data desta época o programa de grande reportagem *Globo Shell Especial* (hoje chamado de *Globo Repórter*), cujo aprofundamento de temas era somente visto na mídia impressa, até então.

Na década de 1980 o sistema de transmissão e recepção em cores estava consolidado e a maioria da população já possuía pelo menos um aparelho televisor em casa, o que demonstra sua força comunicacional apenas trinta anos após a implantação. Neste período são inauguradas as TVs *SBT* e *Manchete*; enquanto última, de propriedade do empresário Adolpho Bloch, privilegiava uma programação jornalística voltada para as classes A e B e transmitia séries e programas de grande reportagem de reconhecida qualidade informacional e estética, a emissora de Silvio Santos investia em formatos sensacionalistas como *Aqui Agora* e *O Povo na TV*. Estes telejornais representavam a volta de uma linguagem radiofônica e a exploração de desgraças humanas para angariar audiência.

Felizmente, foram abandonados e as emissoras passaram a investir no telejornalismo opinativo com a figura do âncora, já na década de 1990. Modelo importado dos Estados Unidos, o apresentador *anchorman* trazia ao espectador a informação comentada, até então inédita na TV brasileira. Destacam-se nessa época Boris Casoy e Carlos Nascimento.

Contraditoriamente, enquanto algumas emissoras apostavam no formato interpretativo e opinativo, a maioria das TVs abertas comerciais tinha um telejornalismo diário de pouca profundidade. Com a chegada das emissoras pagas, o cenário se agravou, pois a crescente perda de público acarretou em uma busca desmedida por audiência por meio de pautas e abordagens sensacionalistas. Até mesmo a *Globo*, reconhecida por seu “padrão de qualidade” abriu mão de certos princípios éticos e estéticos para reaver os bons índices no IBOPE. Além dos telejornais tradicionais, outro formato foi bastante utilizado na década de 1990; a exploração de dramas familiares, doenças e mazelas sociais era feita diariamente em programas como *Leão Livre* e *Programa do Ratinho*, da *Rede Record* e *SBT*, respectivamente..

Entretanto, a crescente banalização dos programas jornalísticos ocasionou a perda de credibilidade e o público passou a selecionar de forma mais criteriosa ao que iria

assistir. Desta forma, a chegada dos anos 2000 foi concomitante à tentativa das emissoras em renovar sua programação. Em meio à busca por novos padrões, a chegada da internet revolucionou a comunicação humana, impactando diretamente a produção jornalística em todos os veículos.

Na televisão, a rede começa a ser utilizada como canal de troca de informações diretamente com o telespectador, que passa a ser estimulado a interagir com a programação por meio de comentários, vídeos e sugestões de pauta. Além disso, o tradicional formato da bancada passa a ser deixado de lado em favor de uma apresentação mais informal; a informalidade, aliás, passa a ser visível em todos os âmbitos: linguagem imagética, textual e de conteúdo.

Outra característica que se acentua na segunda década do novo milênio é a crescente regionalização tanto na produção quanto na transmissão de telejornais, pois se acredita que a valorização da notícia local faça com que o público se identifique pelo que é exibido na tela, criando relações de pertencimento tanto em relação à sua região, quanto à emissora.

Em 28 de outubro de 1960, apenas dez anos após a chegada da primeira emissora brasileira, o Estado do Paraná ganharia o *Canal 12: TV Paranaense*, vindo pelas mãos do empresário Nagib Chede. Desde o início, a programação jornalística era levada ao ar e o conteúdo regional e local era privilegiado por meio de telejornais como *O Estado do Paraná na TV* e *Tribuna do Paraná na TV*. Como ocorria nas demais localidades do país, a linguagem começou radiofônica e foi se transformando ao longo do tempo. Atualmente, a *Rede Paranaense de Comunicação (RPC TV*, como passou a ser chamada após a venda do *Canal 12* para o grupo de Francisco Cunha Pereira Filho) conta com sete afiliadas por todo o Estado, dentre elas a *TV Coroados*, em Londrina.

Primeira emissora de TV no interior do Brasil, a *TV Coroados* foi inaugurada em 1963 pelos *Diários Associados* e transmitia a programação da *TV Tupi*. Entretanto, nunca deixou de produzir localmente musicais, shows, programas infantis e de auditório. Além disso, os telejornais já estavam presentes na grade, ainda que de forma bastante rudimentar – como também o era no restante do país. A posterior chegada do videoteipe deu aos profissionais mais liberdade para gravar imagens sem a preocupação em gastar o rolo de filme, como ocorria inicialmente e a linguagem telejornalística foi sendo modificada. Tais mudanças foram sendo assimiladas tanto no que se refere ao avanço tecnológico quanto às demais linguagens próprias do meio e, em 1999 o telejornal de maior audiência da emissora entrava no ar.

O *Paraná TV 1ª e 2ª edição* é hoje líder de audiência nos horários em que é exibido¹ e abrange mais de 50 municípios do norte e norte pioneiro do Paraná. Devido à sua relevância enquanto polo regional e tendo em vista que a emissora é hoje filiada à *TV Globo*, entende-se que o telenoticiário exerce grande influência tanto no público quanto nas demais TVs que buscam na *Coroados* um modelo de telejornal diário de sucesso.

Portanto, este trabalho se vale do telejornal *Paraná TV 1ª Edição* para aferir as mudanças ocorridas no telejornal diário no país e verificar a importância da veiculação de programação jornalística local e regional para a construção de credibilidade e sensação de pertencimento do público.

Para proceder à pesquisa, levantou-se bibliograficamente informações acerca da história do telejornalismo no Brasil e suas particularidades em cada período, como pode-se verificar no primeiro capítulo.

Posteriormente, ainda por meio de estudo bibliográfico, os diferentes formatos de telejornalismo são explicitados e suas características específicas são examinadas a fim de diferenciar o telejornal diário – objeto deste trabalho – dos demais, como demonstra o segundo capítulo. Ainda dentro do capítulo 2, faz-se a identificação do telejornal e suas particularidades para que, no terceiro capítulo, o conceito de linguagem em telejornalismo possa ser esmiuçado.

Nesta parte, todos os 51 elementos identificados no *TJ* diário são explicados e contextualizados. Para fins metodológicos, foram formuladas nove categorias: planos, elementos gráficos, cenário, apresentação, linguagem verbal, elementos constitutivos do telejornal, elementos de formato da notícia telejornalística, elementos de conteúdo e interatividade.

Mais à frente, o quarto capítulo trata da relevância do telejornalismo regional além de contextualizar historicamente a *RPC TV* e, mais especificamente, a *TV Coroados* e o *Paraná TV* para, enfim, proceder à análise no último capítulo.

Aqui, os elementos classificados e discutidos anteriormente sedimentam a pesquisa propriamente dita, além de contar com a análise de telejornais locais da *TV Coroados* nas décadas de 1980, 1990 e anos 2000, a partir de tais elementos. É importante destacar que o elemento “*linguagem verbal*” não entra na análise, pois entende-se que um estudo no âmbito da linguística e da semântica seria o único capaz de aprofundar a discussão ao nível apropriado. Neste sentido, esta categoria é apenas apresentada nos capítulos

¹ O Paraná TV 1ª Edição vai ao ar às 12h00 e o Paraná TV 2ª Edição às 19h15.

introdutórios, dando-se ênfase às demais. Ainda, entrevistas com jornalistas que fizeram parte da história da TV no Brasil corroboram com as informações obtidas por meio de tabelas quantitativas.

Pretende-se, em suma, mapear as mudanças no telejornalismo diário brasileiro nestes mais de sessenta anos de história e verificar de que modo o telejornal regional pode contribuir para o aprimoramento da linguagem telejornalística.

2 TRANSFORMAÇÕES DO TELEJORNALISMO NO BRASIL

Dentre os mais populares meios de comunicação de que dispõe o povo brasileiro, certamente a televisão desfruta de lugar de destaque, pois ela é, como acredita Ana Paula Goulart (2010), a principal opção de entretenimento e de informação da grande maioria da população do país. O “brinquedo mais fascinante do século XX²” tornou-se mais que diversão e passou a exercer função informativa. Além disso, a partir de 1950 quando a pioneira TV Tupi foi inaugurada, a realidade brasileira passou a ser engendrada e balizada também pelo novo meio.

Muitos são os fatores que, combinados, tornaram-na bem-sucedida no Brasil: “a má distribuição de renda, a concentração da propriedade das emissoras, o baixo nível educacional, o regime totalitário nas décadas de 1960 e 70, a imposição de uma homogeneidade cultural e até mesmo a alta qualidade da nossa teledramaturgia (REZENDE, 2000, p. 23). De fato, as novelas televisivas são destaque na programação de boa parte das emissoras abertas no país, no entanto, é o telejornalismo quem desfruta de credibilidade junto ao público e aos anunciantes³.

O telejornalismo, presente desde o início do meio eletrônico em nosso país, passou a ser o principal mediador da realidade, “promovendo desconexões e recomposições em relação à realidade nacional” (BECKER, 2005, p. 13). Barateada, a TV passou a fazer parte de aproximadamente 97% dos lares brasileiros e se consolidou como meio hegemônico de informação⁴.

Nestes mais de sessenta anos de presença da televisão em nosso país, muita coisa mudou – formatos televisuais, tecnologia, linguagem. O capítulo que se segue tem como foco mapear tais transformações para que se possa compreender como a TV contemporânea pôde se configurar.

Ao revés da televisão norte-americana, estruturada na indústria cinematográfica, a brasileira foi buscar profissionais, linguagem e equipamentos no rádio – o meio mais popular à época. Esta decisão foi fundamental para a identidade da TV na sua

² Termo empregado por Marialva Barbosa em *História da Televisão no Brasil*, 2010, p. 31

³ O intervalo comercial mais caro na Rede Globo é do *Jornal Nacional*, seguido dos demais telejornais da emissora: no *JN*, o anunciante desembolsa R\$ 571.500,00 por comerciais de 30 segundos com três inserções semanais. Dados dos sites <<http://www.midiainteressante.com/2009/11/publicidade-na-tv-quanto-custa-anunciar.html>>e <http://s.glbimg.com/po/an/m/thumb/precos/Lista_de_Precos_Out_2013_.pdf> acesso em 15 de outubro de 2013.

⁴ Dados da Pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística referentes ao ano de 2011. <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=40> acesso em 10 de outubro de 2013.

primeira década e existência. Fernando Barbosa Lima⁵, um dos primeiros jornalistas a fazer parte de uma emissora de TV no país, recorda que naquele tempo o amadorismo era imperativo nas produções jornalísticas:

[...] como é que era feito o jornal de televisão até então? Tinha uma mesa e um apresentador, em cima da mesa tinha uma tabuleta com o nome do patrocinador e atrás uma cortina. O apresentador ia lendo ali as notícias, pois naquela época não existia *teleprompter*, ele lia mesmo as notícias. Volta e meia entrava uma radiofoto ou então um filme que era feito em um coquetel há cinco dias. A televisão era altamente condimentar. Na verdade, eu nem diria condimentar: era um jornal de rádio com uma câmera dentro do estúdio. Era exatamente isso⁶.

Em 19 de setembro de 1950 ia ao ar pela primeira vez o pioneiro *Imagens do Dia* cuja narração – com os textos curtos e “manchetados” – se dava de acordo com a linguagem radiofônica dos profissionais vindos do antigo meio. Iluska Coutinho (2012) pondera que, ao contrário do que o nome sugeria, as imagens eram escassas – ou mostrava-se uma fotografia do fato ou um filme gravado cuja revelação atrasava sua exibição. Embora tenha sido o primeiro, ainda na década de 1950, mais precisamente em 1952, *Imagens do Dia* fora substituído pelo *Repórter Esso*, que seria alçado à condição de telejornal mais influente à sua época. Sérgio Mattos (2010) assinala que o *Repórter Esso* foi adaptado pela Tupi Rio de um radiojornal de grande êxito transmitido pela *United Press International* (UPI), sob a responsabilidade da agência de publicidade *McCann Erickson* que entregava o programa pronto.

Com ele, o telejornalismo brasileiro passou a contar com o ar austero que o caracterizaria durante seus primeiros anos: “as principais características do *Repórter Esso* eram a seriedade e a responsabilidade. Havia um lema: o *Repórter Esso* pode até chegar a cometer um erro, mas, na edição seguinte, ele corrige”⁷. Este rígido padrão agradou e o telejornal tornou-se o sucesso de audiência que já obtinha no rádio e sua formatação passou a ser reproduzida na incipiente programação jornalística dos anos 1950 e 1960.

Patrocinado exclusivamente pela empresa que lhe dava nome, *Repórter Esso* tinha seu conteúdo controlado pela agência de publicidade que o produzia; este, aliás, foi um dos destaques dos telejornais que se seguiram na primeira década de TV no Brasil: *Telenotícias Panair*, *Telejornal Bendix* e *Reportagem Ducal* são alguns dos jornalísticos que ilustram o formato de patrocinador único predominante à época.

⁵ Começou na *TV Rio*, do Rio de Janeiro com o jornalístico *Cruzeiro Musical*; esteve à frente do *Jornal de Vanguarda*, programa *Abertura* e foi superintendente de jornalismo da *Rede Bandeirantes*.

⁶ Entrevista concedida à pesquisadora Florentina Neves Souza, em 1999.

⁷ Armando Figueiredo, antigo diretor das emissoras *Tupi*, *Cultura* e *Difusora*, em entrevista concedida à pesquisadora Florentina Neves para sua dissertação em 1999.

O fato de os telejornais usarem materiais produzidos por agências internacionais ou de emissoras norte-americanas contribuía para a predominância de reportagens que pouco retratavam temas nacionais. Isso tenderia a mudar com a chegada do videoteipe nos anos 1960.

Gabriel Priolli (2003) lembra que embora o Brasil tenha tido a primeira emissora televisiva do hemisfério Sul do planeta, poucas pessoas tinham acesso ao novo meio, já que só era possível captar o sinal no entorno de 100 quilômetros do transmissor que gerava as imagens. Marialva Barbosa (2010) assinala que em 1952 existiam apenas cerca de onze mil televisores em todo o país.

Ao final da década de 1950 dez emissoras já colocavam suas programações no ar, entretanto, sem grandes mudanças de formato para o telejornalismo. Em síntese, como pontua Coutinho, “durante muito tempo, com grande parte da programação veiculada ao vivo, o jornalismo de TV mais se assemelhava ao rádio com imagens, com o recurso das ‘cabeças falantes’” (COUTINHO, 2012, p. 63).

Dez anos após a chegada do novo meio ao Brasil, novas emissoras foram inauguradas e a programação jornalística ganhara seus primeiros formatos próprios. Em setembro de 1960 foi inaugurada a *TV Cultura*, canal 2 em São Paulo, sob o comando dos *Diários Associados* e após incêndio passou a ser uma emissora pública em 1969. Ainda em 1960 outras emissoras de destaque foram ao ar pela primeira vez⁸.

Carecendo de elementos que lhe dessem formato original, o telejornal brasileiro alcançou patamar inédito com o *Jornal de Vanguarda*, apresentado pela *TV Excelsior* e dirigido por Fernando Barbosa Lima. A equipe de produção, majoritariamente formada por jornalistas vindos do impresso, era reforçada por colunistas como Millôr Fernandes e João Saldanha, com locução de Cid Moreira e Luís Jatobá. Em 1963, o *TJ* recebeu o *Prêmio Ondas* na Espanha, sagrando-se o melhor do mundo, mas o golpe militar de 1964 fez com que a equipe o extinguisse após o Ato Institucional nº 5, que provavelmente censuraria seus conteúdo e formato inovadores. Embora não tenha sido apresentado por muito tempo, o *Jornal de Vanguarda* foi um dos responsáveis por romper com a linguagem radiofônica predominante nos telenoticiários brasileiros à época. No estúdio havia vários apresentadores e comentaristas e era considerado um show de notícias, porém o telejornal

⁸ A TV Itapoan (de Salvador), TV Brasília, TV Rádio Clube (de Recife), TV Paraná, TV Ceará, TV Goiânia, TV Mariano Procópio (de Juiz de Fora), Tupi-Difusora (de São José do Rio Preto). E, no ano seguinte, seria a vez da TV Vitória, TV Coroados, TV Borborema (de Campina Grande), TV Alterosa (Belo Horizonte), TV Baré, TV Uberaba, TV Florianópolis, TV Aracaju, TV Campo Grande e TV Corumbá (BARBOSA, 2010, p. 21).

teve problemas com a censura e foi tirado do ar no momento da instalação do Ato Institucional nº 5:

[...] todos nós nos reunimos e resolvemos tirar o jornal do ar. Achávamos que um jornal que tinha ganhado tantos prêmios, que era um jornal tão considerado, com o novo ato institucional, cada dia ele teria que ser um pouco pior. Afinal esse ato institucional veio para valer mesmo e para fechar o país. A censura passou a ser muito forte e nós mesmos decidimos tirar o jornal do ar. Todos nós nos juntamos e chegamos a essa decisão, ou seja, uma decisão da equipe. Inclusive, a última frase do jornal, quando nós estávamos nos despedindo, dizia assim: ‘um cavalo de raça a gente mata com um tiro na cabeça’. E acabou o jornal⁹.

Para além da exceção que foi o *Jornal de Vanguarda*, o início da década de 1960 foi marcado por poucas modificações na forma de apresentar o noticiário televisivo. Guilherme Jorge de Rezende (2000) afirma que apesar dos avanços, as mudanças de linguagem televisiva eram visíveis nas produções de entretenimento – novelas e shows. O telejornalismo continuava a padecer com a falta de um estilo próprio.

O endurecimento da censura pelo Regime Militar estimulava a auto coerção por parte de emissoras e jornalistas e a época ficou marcada por um telejornalismo chapa-branca¹⁰. Inimá Simões contribui com a discussão salientando que enquanto os impressos *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã* e *O Estado de S. Paulo* reagiam ao AI-5, na TV eram mostradas “espécies raras de baleias, inauguração de usinas, crianças acenando bandeirinhas, etc., resultado de uma linha editorial destinada a compor cenários edificantes” (SIMÕES, 2003, p. 72).

Além do *Jornal de Vanguarda*, outro programa tinha perfil editorial contrário ao governo. O programa de debate *Pinga-Fogo*, transmitido pela *TV Tupi* de São Paulo exibia entrevistas e promovia discussões com políticos e personalidades, repercutindo entre intelectuais da época. De acordo com Edgar Amorim¹¹, o programa foi inovador porque além de esmiuçar fatos importantes da sociedade nacional, introduziu a participação do telespectador, por telefone. Saulo Gomes¹² recorda que *Pinga Fogo*

⁹ Fernando Barbosa Lima, em entrevista à pesquisadora Florentina Neves Souza, em 1999.

¹⁰ Expressão usada para designar o jornalismo que se exime de questionar o governo vigente.

¹¹ Entrevista concedida à pesquisadora Florentina Neves Souza, em 1999.

¹² Jornalista profissional, Saulo Gomes iniciou sua carreira em 1956, na Rádio Continental, no Rio de Janeiro. Em 1961 transferiu-se para a TV Tupi.

[...] era o programa de maior repercussão no Brasil. Todos os grandes políticos como Adhemar de Barros, Juscelino Kubitschek, Carlos Lacerda, Carlos Prestes, Leonel Brizola, todos os grandes líderes da época civis e militares estiveram neste programa. Foi realmente o maior programa de entrevistas que já se teve na tevê brasileira. O programa era semanal e de longo tempo; se não me engano, tinha duas horas de duração e às vezes pedia até mais tempo dependendo da importância e da repercussão do entrevistado. Tinha um ou mais entrevistados, era um esquema como se vê hoje no *Roda Viva*, na *Cultura*, mas isto nasceu com o *Pinga Fogo* e tratando só de política.

O jornalista acrescenta que além de personalidades políticas, o líder espírita Chico Xavier fora uma dos convidados mais representativos do programa:

Em 1968, em julho, e depois, repetindo a dose, em agosto de 1971, eu sugeri e a casa aceitou, pois era um risco muito grande já que a Igreja Católica ainda dominava o Brasil e dentro deste domínio tinha a rádio, a televisão e a imprensa, a presença de um místico na televisão, o médium Chico Xavier, de Uberaba. E foi, até o momento, a maior audiência da televisão registrada em todos os tempos. Nós tivemos oitenta e seis pontos de Ibope, com apenas onze por cento de aparelhos desligados, no programa *Pinga Fogo*, cujo registro está na Cinemateca Brasileira¹³.

Entretanto, boa parte da população buscava entretenimento com os festivais de música popularizados pela *Rede Record* e, no frenesi provocado pela *Jovem Guarda*, as discussões intelectualizadas propostas por *Pinga-Fogo* foram perdendo terreno para programas musicais.

A segunda metade da década de 1960 foi marcada pelo *boom* de aparelhos televisores por todo o país e pela inauguração em 26 de abril de 1965 da *TV Globo*. Emissora de maior audiência até a atualidade, a *Globo* iniciou suas transmissões voltada para as camadas socioeconômicas mais baixas e, como pontua Sérgio Mattos (2010), sua programação era composta por telenovelas, programas de auditório e filmes “enlatados”, como ficaram conhecidos os produtos televisivos importados dos Estados Unidos.

Foi em 1969, mais precisamente no dia 1º de setembro que a exibição da primeira edição do *Jornal Nacional* deu ao telejornalismo brasileiro novos parâmetros de formato. Viabilizado graças ao sistema de micro-ondas e a transmissão via satélite, o *JN* já nasceu em rede e foi visto ao vivo por São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre e Brasília. Apresentado por Hilton Gomes e Cid Moreira, o TJ atingia, desde o início, “aproximadamente 60 milhões de brasileiros” (VIZEU, 2008, p.54). Coutinho afirma que “desde sua primeira exibição [...] o *Jornal Nacional* sempre ocupou lugar de destaque na sociedade brasileira, podendo ser considerado como uma espécie de arena da vida pública no Brasil” (COUTINHO, 2012, p. 66).

¹³ Entrevista concedida à pesquisadora Florentina Neves Souza, em 1999.

Com o passar do tempo, o *JN* ganhou público cativo, que via no programa da *Globo* a inserção de VTs, reportagens, notas cobertas, enfim, uma mescla harmoniosa entre texto e imagem. Esther Hamburger (2000) considera que o programa consolidou um formato fixo com a cobertura da política nacional, uma pitada de internacional, esportes e alguma variedade. Apostou também na agilidade e rapidez da notícia curta. Com esse projeto de jornalismo *clean* se tornou referência nacional. Mas se o formato era inovador, o conteúdo vinha na esteira dos telejornais das demais emissoras, todas amordaçadas pela censura da Ditadura Militar instaurada em 1964.

Em 13 de maio de 1967 outra emissora que se tornaria relevante para o cenário telejornalístico do Brasil entrara no ar – a *TV Bandeirantes*, pertencente ao empresário João Saad esteve, desde o início, ligada às coberturas esportiva e jornalística, mantendo o telejornal mais antigo ainda em exibição no país, o *Jornal da Band*. Antes chamado *Jornal Bandeirantes*, ele está no ar desde a fundação da emissora.

Na década seguinte, mais precisamente em 1972, a televisão passou a contar com o sistema de transmissão em cores, muito embora a maior parte da população continuasse com seus aparelhos transmitindo em preto e branco. Mais uma vez, a evolução técnica encobre o empobrecimento de conteúdo. Destaca-se do início da década de 1970 o *Titulares da Notícia*, exibido pela *TV Bandeirantes*; Guilherme Rezende (2010) recorda que o telejornal privilegiava depoimento popular e valorizava o trabalho do repórter, atribuindo-lhe, independente dos requisitos de aparência e voz bonita, a tarefa de divulgar as notícias.

A *TV Tupi* criou em 1972 o *Rede Nacional de Notícias*, com transmissão ao vivo e em rede, mas a emissora de Assis Chateaubriand já havia perdido a liderança para a “*Venus Platinada*”, como a *Globo* passou a ser chamada. Há que se mencionar ainda, *Hora da Notícia*, produzido pela *TV Cultura*. Este último, à exceção, trazia o público para a notícia, dando voz ao telespectador; entretanto, esta nova linguagem, que objetivava popularizar o noticiário e trazer pautas sobre a política nacional, desagradava o governo militar e Wladimir Herzog – diretor que substituiu Fernando Jordão na direção do telejornal – fora morto nos porões da ditadura, sendo até hoje lembrado como o símbolo da repressão sofrida aos meios de comunicação. Rose Nogueira¹⁴, companheira de Herzog na *TV Cultura*, lembra a morte do colega:

¹⁴ Começou sua carreira de jornalista ao 17 anos na Revista *Intervalo*. Na da *Rede Globo*, fazia parte da equipe do programa *TV Mulher*; foi presa e torturada durante a ditadura militar. Na *TV Cultura*, foi redatora da editoria de Internacional do *Hora da Notícia*.

Houve outras mortes na ditadura, mas essa foi a gota d'água e o Brasil não suportou mais. Com a morte do Vlado, eu acredito que a ditadura começou a cair, dez anos antes do que caiu de verdade e acabou. Não dava mais para esconder que eles eram assassinos¹⁵.

Fechando a década de 1970 e também a supremacia da *TV Tupi*, esta passou a transmitir seu último sucesso com o programa *Abertura*. “com um elenco numeroso de editores-apresentadores – Antônio Callado, Ziraldo [...] o programa abriu o microfone para os exilados que voltavam ao país – Luís Carlos Prestes, Leonel Brizola, Darci Ribeiro, entre outros” (REZENDE, 2010, p.61).

Repórter Esso, destaque da primeira geração de telejornais no Brasil, teve sua última apresentação em 31 de dezembro de 1970. Símbolo da era amadorística da televisão, o noticiário representava, de acordo com Gabriel Priolli (1985), a herança radiofônica e a subordinação total dos programas aos interesses e estratégias dos patrocinadores. Seu fim marcou o abandono da linguagem radiofônica predominante à época.

A potencial linguagem telejornalística viu-se elevada a outro patamar com a estreia de *Fantástico – O Show da Vida*, em 1973. Numa mistura de jornalismo com entretenimento, o dominical da *Globo* trouxe para a TV um híbrido copiado até hoje por emissoras concorrentes. Pode-se dizer que a *Globo*, com seus jornalísticos inspirados na programação norte-americana, trouxe ao brasileiro o padrão estético que finalmente passaria a ser o modelo ideal.

Claro que não foi a *Globo* que criou o telejornalismo, mas foi ela que eliminou o improviso, impôs uma duração rígida no noticiário, copidescou não só o texto como a entonação e o visual dos locutores, montou um cenário adequado, deu ritmo à notícia, articulando com excelente “timing” texto e imagem (pode ser que você não se lembre, mas com a *Globo* começamos a assistir a esta coisa quase impossível: os programas entrarem no ar na hora certa) (PIGNATARI *apud* REZENDE, 2000, p. 113, 114).

Ainda na década de 1970, a *Globo* leva ao ar o *Globo Shell Especial*, que mais tarde seria rebatizado como *Globo Repórter*. Com o intuito de aprofundar temas abordados de modo superficial no noticiário diário, o *Globo Repórter* se mantém até hoje como referência entre os programas de grande reportagem no país.

A *TV Record* – inaugurada no dia 27 de setembro de 1953 – só deu ênfase ao telejornalismo na década de 1970¹⁶, com a estreia de *O Dia D* e suas entrevistas e reportagens especiais; também passaram a ser exibidos o *Jornal da REI*, *Jornal da Record*

¹⁵ Entrevista concedida à pesquisadora Florentina Neves Souza, em 1999.

¹⁶ Informações extraídas da página da emissora na internet. < <http://rederecord.r7.com/historia/>> acesso em 9 de abril de 2012, às 16h50.

(que posteriormente passou a se chamar *Jornal da Noite*) e *Tempo de Notícias* (que depois foi chamado de *Record em Notícias*).

Com a revogação do Ato Institucional nº5, em 1978, a censura prévia deixou de ser uma constante nas redações, o que possibilitou maior mobilidade e a busca por novos padrões no telejornalismo brasileiro a partir da década de 1980.

Este período já começa ilustrado pela fundamental importância da TV enquanto meio de informação. Dados do IBGE¹⁷ apontam que em 1980, 55% das residências contavam com o aparelho, um crescimento de 1272% em relação ao ano de 1960. Se por um lado a *Rede Globo* era alçada à condição de líder, a *Tupi* teve sua concessão cassada em 1980 e foi dividida entre os grupos Sílvio Santos e Adolfo Bloch.

Iniciando suas transmissões em 1981 – o *Sistema Brasileiro de Televisão* (*SBT*, anteriormente chamado *TVS*), comandado por Sílvio Santos levava ao Rio de Janeiro, pelo canal 11, uma programação pautada pelo entretenimento e, mais especificamente, por programas de auditório. Todavia, a emissora de Sílvio Santos marca a história do telejornalismo brasileiro por apresentar a figura do âncora, quando da contratação de Boris Casoy para o *TJ Brasil*, em 1988. Boris, porém, não foi o pioneiro – na primeira metade da década de 1980, Joelmir Beting exercia essa função no *Jornal da Bandeirantes*, ainda que muitas vezes de improviso.

Em 5 de junho de 1983 a *Rede Manchete* do grupo Bloch colocar no ar uma programação de alta qualidade técnica e jornalística, voltada para a Classe A. As cinco emissoras localizadas nas cidades do Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São Paulo, Recife e Fortaleza levaram ao público em 1984 o *Jornal da Manchete* de segunda a sexta-feira, às 12h30. Enquanto outras emissoras se calavam, a *Manchete* cobriu grande parte dos comícios e passeatas em favor das “Diretas Já”, movimento pela volta das eleições democráticas no país. Entretanto, a programação voltada para um público tão específico não rendeu grandes lucros e, somando-se problemas de gerenciamento, a *Manchete* foi extinta em 1999.

No campo do jornalismo, merecem destaque as diversas séries que a emissora produziu. Em parceria com a produtora independente Intervídeo, pertencente ao jornalista Fernando Barbosa Lima, foram ao ar, naquele ano (1985), três grandes produções: *Xingu*, mostrando a vida dos indígenas da região do alto do Xingu; *Terra Mágica*, que mostrava características e costumes de determinada região do país; e a série *Japão*, retratando o avanço que a Terra do Sol Nascente sofreu depois da Segunda Guerra Mundial¹⁸.

¹⁷ Pesquisa retirada do livro *60 Anos de Telejornalismo*, p. 38.

¹⁸ Trecho extraído da página da emissora na internet. <
<http://redemanchete.net/artigos/artigo.asp?id=375&t=1985-Manchete-se-populariza-em-busca-por-audiencia>>
 acesso em 9 de abril de 2012, às 18h50.

Em 1988, nova Constituição foi promulgada e o artigo 220 atesta que “a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição” e coloca ainda que “nenhuma lei conterà dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social”, deixando para trás, definitivamente, qualquer resquício que a Ditadura possa ter deixado. A nova Constituição também retirou do Poder Executivo plenos poderes para a concessão de emissoras – a partir de então, era necessária a aprovação do Congresso Nacional.

Neste mesmo ano o *Jornal da Cultura* passa a investir na figura do âncora; a forma de apresentação popularizada pelos Estados Unidos insere comentários que se refiram à linha editorial da emissora, formato até então censurado pela Ditadura, que impunha um jornalismo demasiado rígido, especialmente quanto à linguagem verbal. Carlos Nascimento e sua elogiada performance à frente do telejornalístico não foram, todavia, garantia de sucesso e o apresentador se transferiu para a *Record* no ano seguinte.

Marília Gabriela, por sua vez, obteve maior êxito na ancoragem do *Jornal da Bandeirantes* e, a também exitosa atuação de Boris Casoy no SBT, impulsionaram a *Globo* a trazer comentaristas para o seu *Jornal Nacional*; “Joelmir Betting, Lillian Witte Fibe e Alexandre Garcia contextualizavam e explicavam para os telespectadores, as notícias políticas e econômicas” (GOULART apud REZENDE, 2010).

Na concepção de Sebastião Squirra (1993), Casoy foi responsável, em grande medida, pela credibilidade depositada no jornalismo do SBT, até então pautado pelo sensacionalismo de programas como *O Povo na TV*, *Cidade 4*, *24 horas*, *Noticentro* e *Últimas Notícias*. Para Squirra, Boris foi a peça principal de todo um processo de eliminação da pieguice e mau gosto que imperavam no jornalismo da Rede até aquela data. Porém, o novo formato do *TJ Brasil* não foi modelo para os demais telejornais da emissora, que, a partir dos anos 1990, passou a investir no formato policial de *Aqui Agora*.

O SBT reclamava [...] da falta de um telejornalismo que tivesse a ‘cara’ da emissora, encarnada por Carlos Alberto da Nóbrega, Golias, Gugu Liberato e Hebe Camargo e, símbolo maior da rede, Sílvio Santos [...] Versão brasileira do original argentino ‘Nuevediarío’, o ‘Aqui Agora’, além da influência da linguagem radiofônica, usava o recurso do plano-sequência para dar mais realismo e suspense às histórias que narrava. O sucesso foi instantâneo, ultrapassando, a faixa de 20 pontos no IBOPE, embora restrito a São Paulo (REZENDE, 2010, p. 70).

A disparidade entre a credibilidade do *TJ Brasil* e o “jornalismo verdade” praticado por *Aqui Agora* era vista também nos índices de audiência: enquanto o primeiro obtinha média de 12 pontos em 1992, o segundo balançava a hegemonia da *TV Globo*.

Rezende (2010) afirma que a direção da emissora, por sua vez, empreendeu tentativa de remodelar o *TJ* para deixá-lo mais popularesco, gerando constrangimento na equipe responsável por sua produção. O impasse foi resolvido com o aumento da autonomia de Boris Casoy e com a posterior extinção de *Aqui Agora*, dando ao *SBT* inédita postura em relação à veiculação ética da notícia.

Mudanças também marcaram o principal telejornal da concorrente. Em 1996 Cid Moreira e Sérgio Chapelin saíram da bancada do *JN* para dar lugar a William Bonner e Lillian Witte Fibe. O objetivo da emissora era dinamizar a apresentação de seu carro-chefe, que possuía a mesma “cara” desde sua estreia. Outra mudança significativa na postura jornalística da rede foi a cobertura da Guerra do Golfo in loco, com o então repórter Pedro Bial – as entradas ao vivo e as reportagens direto de Bagdá, Tel-Aviv e Riad traziam detalhes inéditos para a televisão brasileira.

Embora a presença do âncora tenha sido crescente e a cobertura internacional tenham sido diferenciais no telejornalismo das décadas de 1980 e 1990, a uniformização dos conteúdos parecia perpetuar-se. As TVs abertas, de modo geral, apresentavam telejornais diários, mas sem profundidade, blocando editorias de modo superficial e adotando o famoso “*happy ending*” iniciado com o *Jornal Nacional*. “O cenário ficou ainda pior com o crescimento das TVs pagas. Segundo boletins do IBOPE, o *JN* perdeu, nesse período 23 pontos de audiência, caindo de 60 para 37 pontos (Folha de S.Paulo, 1997: 10-11)” (REZENDE, 2010, p. 73). No dia 15 de outubro de 1996, entrou no ar a *Globo News*, canal por cabo exclusivamente jornalístico da *Rede Globo*. A qualidade na abordagem de pautas, uma linguagem refinada e uma equipe de qualidade logo se tornaram paradigmas para o telejornalismo praticado em meados dos anos 1990. Infelizmente, as TVs abertas preferiram seguir pelo caminho contrário na busca desenfreada por audiência.

Na tentativa de reverter os números cada vez mais decadentes no Ibope, os telejornais de emissoras abertas passaram a abordar temas sensacionalistas; o *Jornal Nacional*, antes referência de austeridade, mostrava cenas de violência policial, arranhando o “Padrão Globo de Qualidade”. O sensacionalismo, estudado por Danilo Angrimani ficava cada vez mais evidente. Como pontua o autor,

Sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento. Como o adjetivo indica, trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional, utilizando-se para isso de um tom escandaloso, espalhafatoso. Sensacionalismo é a produção de noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato (ANGRIMANI, 1995, p. 16).

Ainda nos anos 1990, o uso do grotesco, do absurdo, da sexualidade e da violência tornou-se constante e provocava acirrada disputa de programas com perfil apelativo como *Leão Livre* e *Programa do Ratinho*, os quais faziam uso abundante de tais recursos, distanciando-se do telejornalismo em relação aos parâmetros éticos que deveriam guiá-lo. A resposta da audiência veio e, embora os índices de visibilidade tenham aumentado, “pesquisa Revista Imprensa e Gallup em maio de 1995 verificou que ‘mais da metade da população’ duvidava do que via apresentado nos jornais de tevê” (BRESSER apud REZENDE, 2010, p. 72).

A chegada dos anos 2000 marcou também o ingresso do brasileiro na rede mundial de computadores. Embora a TV ainda seja o meio hegemônico, cada vez mais pessoas têm acesso à internet e a mobilidade dos aparelhos celulares traz novas possibilidades para o fazer jornalístico. Para concorrer com o líder *Jornal da Globo*, *Record* e *Band* lançam *Jornal da Record - 2ª Edição* e *Jornal da Noite*, respectivamente; no telejornalismo da *Record*, o apresentador Paulo Henrique Amorim fazia uso da internet para as informações em tempo real, recurso que passou a ser paulatinamente utilizado.

A *Record* passou a investir não apenas no novo meio, mas na cópia fiel da concorrente – cenários, apresentadores, formatos – tudo passou a ser feito numa mimese desvelada da *Globo*, no intento de atrair a audiência da líder, que estava acostumada com o conhecido “padrão de qualidade”. O crescimento da *Record* fez com que o *JN* mais uma vez recorresse a estratégias duvidosas. Rezende (2010) aponta que a câmera escondida passou a ser uma das estrelas do telejornalismo, e a exibição da série *Falcão*, pelo *Fantástico* em 2006, tentavam oxigenar um telejornalismo já saturado e de formato ultrapassado. Outra estratégia da *Globo* foi a inserção, desde abril de 2005, do *Globo Notícia*. Com duas edições diárias, ele apresenta um breve resumo das notícias nacionais e internacionais no começo da manhã e no final da tarde.

Um ano depois, em 2006, Carlos Nascimento chegaria ao *SBT*, com a certeza de que era preciso modificar o formato sisudo e ultrapassado que homogeneizava o telejornal brasileiro; era preciso dar mais dinâmica, leveza e humor à apresentação. Karina Klinger (2006) afirma que havia a necessidade de superar o formato antiquado com apresentadores sisudos e comentaristas sem humor – realidade que só veio a se concretizar inteiramente na segunda década deste século XXI.

O jornalismo segmentado ganhou força com a estreia da *BANDNEWS*, em 2001 e da *Record News*, em 2007, trazendo “recursos digitais na elaboração e transmissão de informações” (REZENDE, 2010, p. 74). A digitalização da programação, aliás, tem sido alvo

de discussões desde 1999, quando foram feitos os primeiros testes para a transmissão em alta definição; em novembro deste ano os dois últimos episódios da Série *Mulher*, da TV Globo foram ao ar em *HD*¹⁹, estreando a nova tecnologia no país.

O padrão de transmissão da *TV Digital* só foi escolhido, no entanto, em 29 de junho de 2006, com o *ISDB (Integrated Services of Digital Broadcasting)*. O modelo híbrido feito a partir do europeu e do japonês permite a mobilidade do sinal digital para celulares, *tablets* e outros aparelhos eletrônicos, a melhora significativa na imagem, a interatividade do público com a programação e a abertura de cinco canais por emissora; estes dois últimos recursos ainda não foram utilizados por nenhuma TV, embora boa parte das redes já esteja operando com a nova tecnologia.

Se por um lado a *HDTV* tem sido subutilizada, por outro, a internet tem sido cada vez mais inserida nos programas jornalísticos e a interatividade com o público tem se dado, em grande parte, por este meio. Em 2000, fora lançado o primeiro portal de televisão do Brasil, o *globo.com* integrando todo o conteúdo da TV com a rede. Em 2009 foi a vez da *Record* lançar o *R7.com*, muito semelhante ao portal da concorrência, numa junção de jornalismo e entretenimento. O *Jornal Hoje*, noticiário vespertino da *Globo* foi um dos primeiros a chamar o público para enquetes e quadros exclusivos no site. Hoje, pode-se dizer que a maioria das TVs abertas estimula a participação do telespectador nos programas por meio de comentários, vídeos e fotos enviados pela rede. Os próprios telejornais abrem espaço para conversas com especialistas por meio de chats e envio de recados dos internautas.

Da nova safra de telejornalísticos, os anos 2000 reservaram algumas boas novidades tanto em linguagem quanto em formato. No que tange às TVs abertas, merecem ser citados *Profissão Repórter*, dirigido por Caco Barcellos, na *Rede Globo* que, de acordo com Rezende (2010) resgata a essência da atividade jornalística e o apuro investigativo; *Globo Mar*, exibido pela mesma emissora numa espécie de série de grandes reportagens apresentadas por Ernesto Paglia e, *Custe o que Custar (CQC)*, da *Rede Bandeirantes*, que trouxe para a TV nacional um modelo inédito de apresentar informação e entretenimento. Ainda na *Band*, merece destaque *A Liga*, programa que elege semanalmente um tema para aprofundar discussões, trazendo para a TV um estilo de jornalismo tradicional no impresso e nos livros-reportagem.

Resgatando a história dos programas jornalísticos exibidos na TV brasileira desde sua implantação até a atualidade, percebe-se que embora de modo geral a notícia seja o

¹⁹ *High Definition* ou Alta Definição, em português.

principal foco de exibição, notam-se formatos que se distinguem. Desta maneira, é preciso diferenciá-los para que o telejornal diário seja compreendido enquanto formato telejornalístico.

3 FORMATOS TELEJORNALÍSTICOS

Ao longo da pesquisa, pudemos destacar seis grandes formatos telejornalísticos que englobam grande parte do que é produzido na televisão brasileira com base na informação, além do *telejornal diário*: o *programa temático*, de *entrevista*, a *mesa redonda*, o *debate*, o *documentário* ou *programa de reportagem* e o *estilo híbrido*.

O *Programa Temático*, como o próprio nome sugere, dá destaque a um assunto que é sua espinha dorsal, embora possa fazer incursões ocasionais em outros temas. Na televisão aberta, os *programas temáticos* mais comuns são voltados ao esporte – por exemplo, *Esporte Espetacular*, da *Rede Globo* ou *Jogo Aberto*, da *Bandeirantes*. Entretanto, outros temas podem ser explorados por este formato, que vem crescendo especialmente em TVs por assinatura, como a *Globo News*. No canal de notícias da *Globo*, estão em exibição hoje programas como *Cidades e Soluções*, voltado para o desenvolvimento sustentável das metrópoles e *Globo News Literatura*, que traz à tela a biografia de grandes escritores, entrevistas, resenhas de obras literárias e comumente faz incursões cinematográficas cujas bases estão na literatura. Na TV aberta há ainda outro programa tradicional que segue a linha editorial do temático: o *Globo Rural*. Exibido pela primeira vez em 6 de janeiro de 1980, o jornalístico traz para a tela a realidade do homem do campo, consolidando-se nas manhãs da *TV Globo*.

O *Programa de Entrevista*, ao contrário do temático, varia suas pautas de acordo com cada edição, mas deve ter sempre algum convidado – normalmente especialista no assunto abordado – para ser entrevistado pelo(s) apresentador(es). Na TV aberta comercial, Marília Gabriela tornou-se referência apresentando *De Frente com Gabi*, no SBT, às quartas-feiras e domingos, à meia-noite. “Política, economia, medicina, cultura e temas como pedofilia, eutanásia, bioética e sexo, entre tantos outros, estão na pauta do programa²⁰”. Outro Programa de *Entrevista* que goza de prestígio desde sua estreia em 1986, o *Roda Viva* da *TV Cultura* acumula mais de mil entrevistados, que “colocam-se diante de jornalistas e especialistas convidados para expor suas opiniões e esclarecer questões relevantes para a sociedade brasileira²¹”.

O *Programa de Entrevista* se diferencia do *talk-show* à medida que o primeiro deve ser conduzido com seriedade e o entrevistado deve ser o foco da atração. “O

²⁰ Trecho extraído do site do SBT <<http://www.sbt.com.br/defrentecomgabi/programa/>> consulta em 21 de maio de 2013, às 16h32.

²¹ Trecho extraído do site da TV Cultura <<http://tvcultura.cmais.com.br/rodaviva/sobre-o-programa>> consulta em 21 de maio de 2013, às 16h47.

apresentador da entrevista não tem o compromisso de deixar o entrevistado à vontade, podendo questioná-lo sobre fatos polêmicos e chegar até à discórdia, o que denota seriedade e compromisso com a verdade, atribuições dos programas jornalísticos” (ARONCHI, 2004, p. 147-148).

A *Mesa Redonda*, gênero também consagrado em nosso país por meio do esporte, aproxima-se do programa temático à medida que elege tema único para ser explorado, mas distancia-se dele tendo em vista que a cada edição deve apresentar nova pauta. Sempre mediada pelo apresentador, a *Mesa Redonda* traz convidados e comentaristas que irão debater o assunto proposto de modo a dar informações complementares sobre o mesmo. Por merecer uma discussão mais aprofundada, o tema sai do noticiário diário e é abordado por este formato. O homônimo *Mesa Redonda*, da *TV Gazeta*, é um dos pioneiros no Brasil; há 28 anos, o dominical fala sobre esporte, especialmente futebol, com um time de quatro comentaristas²².

O *Debate*, por sua vez, muitas vezes confundido com a *Mesa Redonda*, guarda suas particularidades e é amplamente apresentado em períodos eleitorais. Semelhantemente à *Mesa Redonda*, o *Debate* traz um tema que será discutido ao longo de toda a edição do programa por especialistas no assunto. Todavia, estes convidados devem ter – para que se efetive de fato um debate – posições antagônicas a respeito do tema proposto. Em ambos os casos, via de regra são escolhidos temas da atualidade que suscitem discussões que busquem contribuir com o esclarecimento do público e sua formação pessoal de opinião. Além dos *debates* políticos, outras pautas podem ser levantadas para debate. O programa *Em Pauta*, apresentado pela *Globo News* e ancorado por Mônica Waldvogel, é considerado bom exemplo de programa de debate que explora temas atuais e que busca trazer debatedores respeitados em suas áreas mas com posições divergentes, mantendo o nível intelectual da discussão. Aronchi de Souza (2004) postula que o programa de debate pode ainda apresentar pequenas reportagens que ilustram o tema, ou ainda entrevistas com um convidado principal, que vai debater com o público ou convidados, sempre com a mediação do apresentador.

A duração do programa é outro elemento característico do formato, por se tratar de um gênero que tem a intenção de quase esgotar um assunto com opiniões distintas, a duração também é mais elástica, com o mínimo de trinta minutos e até mais de uma hora. A dinâmica de produção e a variedade dos temas apresentados determinam a duração (SOUZA, 2004, p. 145).

²² Informação extraída do site da TV Gazeta <<http://esporte.tvgazeta.com.br/programas/mesa-redonda>> consulta em 21 de maio de 2013, às 16h56.

O *Documentário*, gênero pouco explorado na TV aberta comercial brasileira, é um dos mais completos e complexos formatos de telejornalismo. Originalmente, o documentário tem raízes cinematográficas, pois o caráter autoral é sua condição fundante. Normalmente produzido por um longo período do tempo, tenta reunir o maior número de informações a respeito do tema abordado, e pode levar meses ou mesmo anos para ser produzido. Aronchi (2004) afirma que os temas documentados normalmente tem relevância histórica, social, política, científica ou econômica, mas também se debruçar sobre temas cotidianos, a partir de uma perspectiva crítica.

Programas como o *Fantástico*, da *Rede Globo*, importam produções documentais de canais estrangeiros, como a *BBC*, e passam trechos semanalmente. No que concerne à narração, o documentário normalmente não tem apresentador, e sim um narrador em *off*²³. Como afirma Jorge Pontual (1994), no documentário (especialmente o europeu) nenhum membro da equipe aparece no vídeo, é a câmera que descobre, entrevista, vai mostrando tudo. “O documentário pode apresentar muitos formatos dentro do próprio gênero, como videoclipes, entrevistas, debates [...] com o objetivo de não torná-lo cansativo e apresentar de forma variada as informações colhidas de várias fontes (ARONCHI, 2004, p. 147).

O *programa de reportagem* se assemelha ao documentário à medida que elege um tema para se aprofundar em todos os seus aspectos (ou em sua maioria), entretanto, ele é apresentado periodicamente e, em cada edição, uma nova pauta vai ao ar. O mais clássico exemplo da TV aberta nacional provavelmente seja o *Globo Repórter*. Iniciado em 1973, como desdobramento do original *Globo Shell Especial*, passou por algumas mudanças até estabelecer o formato atual. Com temas voltados especialmente para ecologia, saúde e exploração de lugares desconhecidos de grande parte dos brasileiros, “o *Globo Repórter* é um programa jornalístico, mas é espetáculo também. Se não for muito bem produzido e atraente do ponto de vista da imagem, não atende às expectativas” (PONTUAL, 1994, p. 101).

Por fim, o gênero *Híbrido* é como se optou por denominar programas que misturam jornalismo com outros formatos televisivos, como dramaturgia, merchandising e humor, por exemplo. Cada vez mais presente na TV, seja ela pluralista ou segmentada, o programa *híbrido* ganha o público por trazer informação com a leveza do entretenimento; um dos mais debatidos é o *Custe o que Custar (CQC)* da *Band*, apresentado por Marcelo Tas. A

²³ Como aponta Bacellar (2010), é o texto do repórter ou editor com narração coberta por imagens.

equipe ainda é formada por sete repórteres, não necessariamente com formação jornalística – a maioria vem do teatro.

O programa exibido nas noites de segunda-feira faz um resumo semanal das notícias, e nessa varredura dos fatos importantes, sob o olhar atento do CQC, ninguém escapa. De microfone em punho e munidos de uma cara de pau acima da média os homens e a mulher de preto têm uma prioridade: perguntar o que ninguém teve coragem²⁴.

Sucesso quando de seu início, em 2008, o *CQC* vem sido amplamente discutido não apenas pela audiência, mas pelos próprios críticos da mídia, por extrapolar limites éticos e misturar demasiadamente publicidade e informação.

Além dele, outros programas prioritariamente de entretenimento transmitem informações, em uma possível tentativa de agregar credibilidade junto ao público. É o caso do matinal *Hoje em Dia*, exibido pela *Rede Record*.

Notícias, prestação de serviços e entretenimento na medida certa dão o ritmo deste programa concebido a partir do mais nobre compromisso da comunicação: informar e formar a opinião pública, sem perder de vista a opção de lazer que muitos brasileiros buscam na telinha. Esta é a missão da equipe de produção e dos apresentadores do *Hoje em Dia*: Celso Zucatelli, Chris Flores e Edu Guedes. Juntos, eles levam para a casa do telespectador todos os dias muita informação, práticas culinárias, novidades do mundo fashion, criatividade e talento das artes, fatos e flagrantes que movimentam o cenário nacional e internacional, dicas e orientações sobre saúde, o cativante universo pet, economia doméstica, direito e cidadania, curiosidades, paisagismo, decoração e muito mais²⁵.

Ainda pela *Record*, no período vespertino pode-se assistir ao *Programa da Tarde*, apresentado pelo jornalista Hilton Antônio Mendonça Britto Júnior, pela modelo Ana Hickmann e pela modelo, atriz e apresentadora Ticiane Pinheiro. Além deles, cinco colunistas tratam de temas diversos como moda, psiquiatria e veterinária. Em meio a temas prioritariamente ligados à vida das celebridades, Celso Russomanno comanda a *Patrulha do Consumidor*, quadro que se parece com um Procon televisionado – formato original do policial *Aqui, Agora*, do *SBT*, também apresentado por ele nos anos 1990 – e que dá a impressão de um telejornalismo de serviço em meio a um programa de variedades, em que o telespectador pode fazer reclamações a respeito de produtos e Russomanno busca as autoridades para resolver a pendência.

²⁴ Informação extraída do site da TV Bandeirantes <<http://cqc.band.uol.com.br/o-programa.asp>> acesso em 21 de maio de 2013, às 18h00.

²⁵ Informações extraídas do site da Rede Record <<http://entretenimento.r7.com/hoje-em-dia/o-programa/>> acesso em 21 de maio de 2013, às 18h11.

Além destes exemplos, percebe-se o aumento crescente do formato híbrido na televisão brasileira, o que demonstra certa precariedade em apontar categorias fixas a que cada programa possa ser endereçado; é preciso, no entanto, sistematizar e classificar a programação jornalística de acordo com o formato com o qual cada programa se relaciona para que a pesquisa traga clareza para a compreensão dos caminhos que se seguirão. Portanto, o que até aqui se apresentou foi uma tentativa de expor as diversas formas de se fazer jornalismo, mas tendo sempre em consideração que formatos e gêneros podem – e tendem – a mesclar-se.

3.1 O TELEJORNAL DIÁRIO E SUAS CARACTERÍSTICA

Ao fazer uma rápida observação dos canais de TV aberta no Brasil, é possível notar que a programação privilegia diferentes gêneros – alguns dão preferência à novela, outros ao esporte, entre outras – porém há unanimidade na apresentação do telejornal. Embora haja obrigatoriedade imposta por lei (5% da programação das emissoras deve ser compostos por jornalismo), os telejornais gozam de credibilidade junto ao público e geram lucro considerável - Rogério Bazi (2001) corrobora ao afirmar que uma boa programação jornalística gera altos índices de audiência e estes, por sua vez, fomentam o sucesso comercial das emissoras.

É preciso, porém, antes de traçar seu perfil, entender o que é este gênero televisivo e em que medida se diferencia de outros. Em que pese a volumosa produção bibliográfica a respeito da fundamental importância do telejornal para a informação da população brasileira, é curioso notar que a maioria dos autores se debruça sobre questões de formatos e linguagem, mas poucos dão a devida atenção em definir o que é o telejornal em si. Ana Carolina Temer acredita que o telejornal, derivado do tradicional jornalismo impresso,

[...] deve manter os mesmos princípios éticos e valorativos do jornalismo, atividade que consiste em lidar com notícias, com a divulgação de informações factuais. Em uma linguagem bem simples, o telejornal é a prática de coletar informações de forma adaptada aos limites e possibilidades da televisão. [...] Jornalismo, portanto, é a informação transformada em mercadoria e em função disto categorizada, organizada, hierarquizada e trabalhada esteticamente a partir de uma relação que envolve dois elementos complementares: o interesse público e o interesse do público (TEMER, 2010, p. 102, 103).

Nota-se que o telejornal, presente nas grandes redes, mas também nas TVs regionais, têm características em comum que o tipificam. Para a editora de texto da *TV Globo*

de São Paulo, Ana Cristina Vallada²⁶, “o telejornal diário tem que ser quente, factual, rápido. Os programas (produzidos) podem ser mais pensados, mais analíticos, mais aprofundados²⁷”. Fábio Donadone²⁸, da *Rede Record*, concorda com Vallada à medida que acredita que o *TJ* diário “tem que ser ágil para informar o que está acontecendo na cidade naquela hora de exibição²⁹”.

Para proceder a essas práticas, são necessárias escolhas nas linguagens verbal, visual e de conteúdo, além de outros fatores como interatividade, elementos gráficos, apresentação e cenário. Tais elementos são apresentados a seguir no intuito de fazer um comparativo entre o formato tradicional de se fazer telejornal diário e o que vem se delineando nos últimos anos.

²⁶ Ana Cristina Vallada entrou na *TV Globo* em 1998 como produtora de reportagem do *SPTV 1ª Edição*. Posteriormente, passou para a produção do *Jornal Nacional*, *Jornal Hoje*, *SPTV 1ª e 2ª Edição*, *RADAR SP* e atualmente está no *SPTV 1ª Edição* como editora de texto.

²⁷ Entrevista concedida à autora por e-mail em 15 de janeiro de 2014.

²⁸ Fábio Donadone é produtor do *Jornal da Record*, da *Rede Record*.

²⁹ Entrevista concedida à autora por e-mail, em 27 de julho de 2013.

4 A LINGUAGEM NO TELEJORNALISMO

Como se afirmou anteriormente, o telejornalismo tem como objetivo informar ao público e deve obedecer antes das particularidades do meio, às exigências do próprio jornalismo.

[...] a TV não é um gênero. É um ‘serviço’: um meio técnico de comunicação, através do qual se podem veicular ao público diversos gêneros de discurso comunicativo, cada um dos quais corresponde, não só às leis técnico-comunicativas do serviço, como também às leis típicas daquele dado discurso: em outros termos, um documentário jornalístico transmitido pela TV (ideado para TV) deve, antes de tudo, satisfazer certas exigências da comunicação jornalística; e, todavia, essas exigências se fundem com outras, que derivam do fenômeno televisivo, como particular modo comunicativo (ECO, 2008, p. 335).

Deste modo, a própria linguagem do telejornal deve obedecer às normas estabelecidas por seus antecessores, embora o próprio meio eletrônico imponha certas particularidades à feitura e transmissão da notícia pela e para a TV.

Ao usarmos o termo linguagem, é preciso esclarecer que tomamo-los de empréstimo de outras ciências para denominar o conjunto de características idiossincráticas do jornalismo televisivo. Muniz Sodré pacifica a questão ao postular que

Já está em muito ultrapassada a bizantina discussão em torno da possibilidade de se falar de uma “função da linguagem” no que diz respeito aos meios de informação. Essa discussão foi alimentada durante muito tempo pela tentação de se submeter ao crivo metodológico da Linguística as análises dos produtos ou do funcionamento geral da chamada *cultura de massa* (indústria cultural ou indústria da comunicação). Hoje é mais do que evidente para a teoria semiológica que o termo “linguagem” não se confunde com o objeto “língua” da Linguística – restrito ao código da dupla articulação –, só podendo ser empregado metaforicamente (SODRÉ, 1984, p. 54).

A linguagem do telejornal passa a ser compreendida assim, a partir de conceituações formuladas por pesquisas no âmbito da comunicação. O que se pretende aqui é expor diferentes correntes teóricas a fim de apontar caminhos para a compreensão das características telejornalísticas.

Embora haja divergências, a televisão costuma ser entendida não como uma “entidade apátrida”, mas como resultado do meio socioeconômico em que está inserida e, portanto, a mensagem telejornalística está diretamente imbricada a este conceito. Arlindo Machado (2005) acredita que a televisão é e será aquilo que nós fizermos dela, nem ela, nem qualquer outro meio, estão predestinados a ser qualquer coisa fixa. Partindo deste pressuposto, pode-se aferir que os modos de fazer telejornalismo são fluidos e mutáveis de acordo com os

interesses e demais fatores envolvidos em sua produção. Machado (2005) acrescenta que quanto mais avançamos na direção do futuro, mais o hibridismo se mostra como a própria condição estrutural dos produtos culturais, conceito que pode ser estendido ao telejornalismo.

Todavia, alguns parâmetros podem ser adotados para agregar características comuns à maioria dos telejornais produzidos no país. Fazendo-se necessária, a classificação dos gêneros e formatos proposta por José Carlos Aronchi de Souza resulta oportuna. O autor divide a televisão brasileira em quatro grandes categorias: *entretenimento*, *informativo*, *educativo*, *publicidade* e *outros*, este último abarcando programas religiosos e infantis, por exemplo.

Dentro da categoria de programas *informativos*, está o gênero *telejornal*, cujas características (ou linguagem) são objeto deste estudo. Resumidamente, Souza (2004) aponta que os telejornais possuem uma “fórmula básica” em que um ou mais apresentadores leem os textos e apresentam as reportagens externas realizadas pelos jornalistas, ao vivo ou gravadas. Comentaristas especializados também fazem parte dos principais telejornais. Ele acresce que a maioria dos telenoticiários é exibida ao vivo a fim de transmitir atualidade ao telespectador, além de permitir a realização de entrevistas em diversos pontos do país e do mundo. “Analisando o conteúdo dos telejornais brasileiros, temos a seguinte identificação de formatos: nota, reportagem, entrevista, indicadores econômicos, editorial, comentário e crônica” (SOUZA, 2004, p. 153).

Aos formatos apontados por Souza, somam-se outros a partir da perspectiva de outros autores. Por ora, são apresentados os elementos constitutivos da linguagem do telejornal diário comuns à maioria dos programas.

4.1 ELEMENTOS DE LINGUAGEM VISUAL

4.1.1 Os Planos Fixos

Se a linguagem verbal dos telejornais foi desenvolvida a partir de moldes radiofônicos, o mesmo não se pode dizer das imagens. Baseados no cinema, os enquadramentos televisuais obedecem a normas cinematográficas para informar. Para tanto, cada enquadramento costuma “dizer” determinada coisa, ou seja, diferentes tomadas têm diferentes objetivos informativos.

Resumidamente, enquadrar é escolher ou selecionar aquilo que será aproveitado como imagem, como definem Ana Maria Roiter e Euzébio da Silva Tresse (1995,

p. 42). Nas páginas que se seguem, são apresentados os enquadramentos fixos, muito comuns no telejornalismo diário. Embora cada emissora tenha vocabulário próprio para denominar tais elementos, aqui se opta por usar a nomenclatura empregada na maioria dos glossários e guias acadêmicos.

O *Plano Geral*, conhecido no jargão jornalístico apenas por *Geral*, é uma tomada fixa – a câmera não se movimenta nem fisicamente nem por meio de *zoom* – e é o mais amplo dos planos. Seu uso se dá para mostrar ao público a mais extensa visão do objeto em questão, “serve para o telespectador tomar conhecimento do ambiente, identificando o local da notícia” (ALCURE, 2011, p. 52).

O *Plano Americano* tem este nome justamente por ter sido originalmente utilizado no telejornalismo e no cinema estadunidense, conforme aponta Ana Maria Roiter (1995). Neste, a câmera dá um *zoom in* em relação ao *Plano Geral*, aproximando mais o objeto de seu espectador. É um meio-termo entre o *Geral* e o *Plano Médio*. Se o repórter estiver em quadro, ele será focalizado do joelho para cima. Seu objetivo é interagir a figura humana ao ambiente, porém, de modo mais fechado que o PG.

A exemplo do *Plano Americano*, o *Plano Médio* interage ambiente e ser humano, mas este último deve ser mostrado da cintura para cima. Quando usado na apresentação do telejornal, “vê-se parte do cenário, como a bancada do(s) apresentador(es)” (ALCURE, 2011, p 54).

No *Meio Close*, como costuma ser chamado, o ambiente já não pode mais ser definido, pois o primeiro plano é o ser humano, cortado a partir do busto. Este é um dos planos mais intimistas, pois traz o repórter, o entrevistado ou ambos para “perto” do telespectador; podem se observar detalhes e a fala torna-se protagonista. Harris Watts (1990) afirma que este plano é próximo o bastante para mostrar detalhes do rosto (tanto do repórter quanto do entrevistado) sem ser intruso; o autor acredita que este seja o plano ideal para entrevistas.

Um enquadramento há até pouco tempo quase inutilizado pelo telejornal brasileiro, o *Close* aproxima a figura humana do telespectador ainda mais, evidenciando apenas o rosto da pessoa na tela. Neste caso, se não for usado com cautela, pode-se parecer “estar colocando a pessoa sob pressão, se a entrevista for uma confrontação, em vez de um bate-papo” (WATTS, 1990, p. 159).

O *Big Close* é provavelmente o plano mais emocional de que dispõe o *TJ*. Apresentando apenas um detalhe do todo, pode ser usado para diferentes fins – ocultar o corte brusco (ou seco) de uma fala para outra, mostrar mais detalhadamente algum objeto ou ocultar

a identidade do entrevistado – nestes casos, mostram-se apenas os olhos, mãos ou boca. De acordo com Alcure (2011), este tipo de imagem permite ao telespectador compreender melhor o que lhe está sendo explicado. Em contraposição, Watts (1990) pontua que o uso deste plano pode dar impressão de confronto ainda maior que o *close* e o editor pode valer-se dele para causar impacto. Entretanto, quando empregado com frequência, perde sua eficácia, tornando-se cansativo.

O *Contraplano* ou *CP* trata-se de uma tomada do repórter em que este aparece em quadro sozinho, podendo estar quieto, assentindo com a cabeça ou fazendo perguntas para o entrevistado. Normalmente é gravado após a entrevista e serve para cobrir cortes de edição ou tornar a fala do entrevistado menos cansativa. Também pode-se utilizar um contraplano do entrevistado “olhando na direção do repórter e ouvindo uma pergunta³⁰”. Em desuso, este recurso era recomendado pelos manuais de redação: “toda vez que houver condições, recomendam-se os contraplanos para facilitar a edição do diálogo³¹”.

Mergulho ou *Plongée* (termo emprestado do francês) serve para descrever o plano que faz a tomada do objeto de cima para baixo, achatando-o. É conhecido por seu poder de desvalorizar aquilo que enquadra.

Em oposição a este plano, o *Contra-plongée* ou *contra-mergulho* foca seu objeto de baixo para cima, dando a ilusão, de acordo com Paulo César Boni (2003), de que pareça maior do que realmente é, valorizando-o.

Embora os planos parados sejam mais utilizados no telejornalismo diário, o movimento também tem espaço garantido para os mais diversos fins; o mais comum é dinamizar a apresentação visual da informação e descrever certos objetos com mais fidelidade.

Largamente utilizada no cinema, a *Pan* deve acompanhar a forma ocidental de escrita (da esquerda para a direita) e normalmente em *Plano Geral*, percorre todo o ambiente, dando a dimensão do mesmo ao espectador. Vera Íris Paternostro (2006) sustenta que todas as matérias precisam ter ao menos uma tomada *panorâmica*.

Semelhante à *Panorâmica*, a *Tilt* descreve o objeto, porém em um “giro da câmera para cima e para baixo” (WATTS, 1990, p. 274) em um movimento vertical. Normalmente empregada para mostrar prédios, construções, placas de trânsito ou qualquer outro objeto que deve ser enquadrado verticalmente.

³⁰ Trecho extraído do antigo manual de redação da TV Globo.

³¹ Trecho extraído do antigo manual de redação da TV Globo.

O movimento *Dolly* pode ser confundido com o recurso ótico com *zoom in* ou *zoom out*, pois aproxima ou distancia o objeto, mas neste caso, este movimento ocorre fisicamente – o cinegrafista ou repórter cinematográfico aproxima-se ou afasta-se com a câmera para provocar o efeito desejado. O nome do movimento é um empréstimo do equipamento em si, um “carrinho com elevador para movimentação suave da câmera no decorrer da filmagem” (BARBEIRO, 2002, p. 194).

Popularmente conhecido como *Travelling*, este é um recurso também muito utilizado pelo cinema; por meio de trilhos montados no chão e apoiando a câmera em um carrinho, o cinegrafista faz um movimento semelhante à *Pan*, mas movendo-se fisicamente, assim como a câmera. Em alguns casos, este movimento pode ser realizado sem o apoio dos trilhos, e a câmera posicionada no ombro tende a resultar em imagens tremidas e fora de foco. Seu maior objetivo é dar a sensação de realismo. Sinteticamente, trata-se de um “movimento de câmera para acompanhar uma cena, um objeto ou uma pessoa em andamento” (PATERNOSTRO, 2006, p. 223).

Divididos apenas em dois movimentos, os planos óticos consistem na troca do jogo de lentes ou na utilização de recurso da câmera próprio para a criação destes efeitos. Watts (1990) preceitua que quanto mais curta a distância focal, maior é o ângulo de visão e quanto mais longa a distância focal for, menor o ângulo de visão será.

O *Zoom In* aproxima o centro de interesse até o ponto desejado pela reportagem, podendo sair de um *Plano Geral* e chegar a um *Big Close*. Visa a chamar a atenção para algum detalhe na imagem.

Em oposição ao *Zoom In*, o *Zoom Out* tem seu ponto de início em uma imagem fechada e vai abrindo o foco até um plano mais aberto, ambientando a cena.

4.1.2 Elementos Gráficos

Por muito tempo a TV foi apontada, de acordo com Marialva Barbosa (2010), como “uma espécie de rádio com visor”, justamente por apresentar imagens em movimento sobre os temas que abordava. No entanto, esta definição não dimensiona com fidelidade a força do meio eletrônico enquanto veículo de comunicação. A TV, assim como a cultura, não permanece estática, e busca sempre novos meios de se reinventar e reinventar a forma de noticiar – e neste sentido, a chegada do computador representou um marco nas telecomunicações. Como recorda Fabiana Cardoso de Siqueira (2012), a aquisição de

equipamentos voltados para o formato digital ainda em meados dos anos 1990 foi o primeiro passo para o processo de digitalização das emissoras de televisão no Brasil.

Valendo-se da nova tecnologia, a imagem televisual ganhou novos contornos e possibilidades inéditas; conferindo-lhe ares contemporâneos, os recursos gráficos trouxeram o que já era visto na tela do computador para a tela da sala de estar, em uma variedade de elementos que são apresentados a seguir.

O termo *indicador*, amplamente utilizado por Guilherme Jorge de Rezende (2000) designa elementos gráficos para informar dados objetivos que sejam úteis ao telespectador, como previsões meteorológicas, números do mercado financeiro e informações de condições do trânsito, por exemplo. São utilizados mapas virtuais, gráficos e outras imagens computadorizadas para ilustrar aquilo que não pode ser “gravado” pela câmera, ou seja, não pertence ao mundo visível.

O *selo*, como afirma Paternostro (2006), é uma criação do Departamento de Arte – presente desde os anos 1990 nas grandes redações – e é a imagem que aparece virtualmente atrás do apresentador quando algum tema é tratado com certa frequência. Por exemplo, o Movimento dos Sem Terra, a queda das Torres Gêmeas, ou a eleição de um novo Papa. Ele é utilizado na leitura da *cabeça* da matéria ou de uma *nota pelada*, termos que serão abordados no item *Elementos de Formato na Notícia Telejornalística*.

Crédito é o termo utilizado nas redações para se referir às palavras que aparecem quando alguém está em quadro – apresentador, repórter ou entrevistado, ou “a lista das pessoas envolvidas na produção do programa” (WATTS, 1990, p. 268). Normalmente, são exibidos o nome, cargo ou localidade do sujeito, para informar ao telespectador de quem se trata e onde se encontra, complementando o texto falado. É produzido na edição não-linear e pode ser acompanhado da logomarca do telejornal ou de alguma imagem digital que o identifique.

Pouco utilizado no telejornal diário, o *cenário virtual* consiste na recriação de um espaço que não pode ser gravado, que não existe mais ou que a equipe não tenha acesso. Em casos de acidente de trânsito, por exemplo, pega-se o Boletim de Ocorrência, juntamente com relato de testemunhas e tenta-se reproduzir o ocorrido por meio do computador. Este recurso trouxe mais credibilidade, a partir do momento que substituiu as dramatizações, que aproximavam o telejornalismo da telenovela. Carlos Tourinho (2009) salienta que este trabalho envolve ilustradores e editores de videografismo e, embora seja um processo técnico complexo, facilita o entendimento do telespectador.

4.1.3 Cenário

Desde os anos 1950, diversas formas de apresentar as notícias em estúdio foram testadas e hoje, não há predominância de algum estilo em particular. João Batista Cardoso (2008) afirma que o *cenário* deve comunicar algo que todos os outros elementos na cena buscam comunicar, ou seja, deve haver sincronia entre o verbal, o imagético e o cenográfico no momento da emitir a informação. Desta maneira, os *cenários* contribuem sobremaneira para a construção estética do telejornal e podem ser divididos em quatro principais tipos.

Dominante nos primórdios da televisão, a *Tapadeira* consistia em um painel de madeira revestido com um tecido neutro, com o apresentador sentado à frente em sua bancada; seu principal objetivo era, de acordo com Roiter (1995), impedir que as câmeras focalizassem objetos fora do que era considerado cenário. Hoje é praticamente inexistente.

Com a profissionalização da prática telejornalística ao longo dos primeiros anos da década de 1960, a tapadeira foi sendo substituída pelo *Cenário* (que aqui chamaremos de *cenário real* em oposição ao *cenário virtual*). No início, além do fundo neutro era afixada uma imagem com o logotipo ou o nome do patrocinador. Hoje, a maioria dos cenários reais apresenta imagens que façam correspondência com sua linha editorial – o *Globo Rural*, por exemplo, tem ao fundo cenário que remete ao campo, telejornais locais costumam ter fotografias que identifiquem sua região.

Estilo que marcou o final dos anos 1990 e início de 2000, a substituição do cenário fictício pela *Redação trabalhando ao fundo* ainda hoje é bastante utilizado. Um dos principais objetivos em trazer a Redação para frente das câmeras é dar credibilidade à informação, pois cenários podem remeter à produções de ficção televisiva, e jornalistas trabalhando dão a sensação de veracidade ao telespectador. Elizabeth Bastos Duarte acredita que este recurso traz o efeito de atualidade para o noticiário, além de mostrar que “todo aquele contingente está a serviço do telespectador para lhe oferecer a notícia de última hora” (DUARTE, 2007, p. 52).

Em contraposição total ao início amador do telejornalismo no Brasil, a segunda década do Século XXI põe no ar programas especializados e tecnológicos, não apenas do ponto de vista de conteúdo, mas especialmente de apresentação. Hoje, alguns programas jornalísticos são apresentados em um fundo chamado *Chroma Key*, em que ocorre na definição de Barbeiro (2002), uma substituição parcial de uma imagem eletrônica com material proveniente de outra fonte. Em outros casos, imagens reais se misturam às virtuais,

criando *cenários híbridos* – este segundo caso é o mais comum. Roiter (1995) ressalta que para a exibição dos mesmos, são necessários softwares específicos e embora seu uso traga infinitas possibilidades, pois pode ser alterado de acordo com a pauta apresentada, o *cenário virtual* requer o uso de tecnologias que ainda não foram barateadas e muitas emissoras não podem recorrer a este recurso.

4.2 APRESENTAÇÃO DO TELEJORNAL

Ainda apresentando os elementos da linguagem visual do telejornalismo, é fundamental tratar a respeito da figura do apresentador. Mesmo com todas as mudanças até aqui explicitadas, esta figura sempre esteve presente, embora tenha se tornado mais dinâmica nos últimos tempos. O apresentador, conforme nos aponta Alcure (2011) exerce as funções de ler a *cabeça* das matérias, *notas*, chamar repórteres e comentaristas, fazer entrevistas, além de tecer comentários (quando âncora) e padronizar as linguagens verbal e imagética, dando coesão ao TJ. Como bem lembra Beatriz Becker “os âncoras funcionam como os maestros de uma orquestra e, junto com os especialistas, têm o poder de organizar o caos da atualidade” (BECKER, 2005, p. 85).

No entanto, quando a autora afirma que em todo telejornal, há um apresentador, ou mais de um, sentado à frente de um cenário, enquadrado na altura do peito (BECKER, 2005, p. 85) mostra que em menos de dez anos – quando da segunda edição de seu livro – muita coisa mudou, pois a regra descrita por ela já não se apresenta como hegemônica.

Muitos telejornais, sobretudo os mais tradicionais, mantêm a apresentação em *Plano Médio* ou de *Conjunto*, como já mencionado anteriormente. Neste posicionamento, o apresentador se mantém sentado atrás de uma bancada e à frente de um cenário, normalmente enquadrado da cintura para cima. Este formato, introduzido pelo telejornalismo norte-americano se mostrou predominante em nosso país na maioria das emissoras, mas vem sendo deixado de lado em favor da apresentação menos formal. Este segundo modelo conta com o apresentador (ou apresentadores) ora sentado em uma tradicional bancada ou em uma poltrona, ora em pé – estático ou andando pelo estúdio.

Especificamente sobre a aparência de apresentadores e repórteres, Olga Curado (2002) afirma que roupas estampadas de qualquer tipo devem ser evitadas, assim como golas e lenços chamativos, óculos escuros e acessórios grandes. Ela pontua ainda que a maquiagem deve ser o mais leve possível – apenas o necessário para cobrir imperfeições; os

cabelos devem ser preferencialmente curtos, inclusive os das mulheres. Curado adverte também que homens com camisa social não podem dispensar paletó e gravata. Tais medidas deveriam ser adotadas a fim de que a notícia chamasse mais a atenção do telespectador que a aparência física de repórteres e apresentadores.

4.3 ELEMENTOS DO TEXTO VERBAL

Como tem sido exposto ao longo deste trabalho, o telejornal se diferencia de seus “concorrentes” em mídias anteriores – como o rádio e o jornal impresso – por apresentar imagens em movimento, mas apenas o domínio visual seria incapaz de dar conta da totalidade informacional (ou ao menos da maior parte). Neste sentido, o texto é peça fundamental para o bom entendimento daquilo que repórteres e apresentadores buscam mostrar ao público.

Em diversas oportunidades, pesquisadores em Comunicação publicaram obras com o objetivo de orientar estudantes de jornalismo para a construção do texto para TV e, seguramente, Vera Íris Paternostro e Lenira Alcure são autoras abalizadas para conduzir as definições expostas neste trabalho. Portanto, suas obras são utilizadas para procedermos em uma tentativa de sintetizar o modo como o telejornalista deve elaborar o texto para que seja bem compreendido.

De acordo com Paternostro, o texto para TV deve ser “coloquial, claro e preciso. Objetivo, direto. Informativo, simples e pausado” (PATERNOSTRO, 1999, p. 61). Parecem características de fácil apreensão, entretanto o que se vê diariamente contraria boa parte destas regras.

Sendo um texto escrito não para ser lido, mas para ser falado pelo repórter ou apresentador e ouvido pelo telespectador, deve respeitar o modo informal de uma conversa, mas sem esbarrar em vícios de linguagem ou erros gramaticais e, ainda, evitar gírias e expressões em outros idiomas. Desta forma, o jornalista deve primar por frases na ordem direta (sujeito + verbo + complementos) e não intercalá-las, pois isso dificulta a apreensão geral da notícia.

Em TV, assim como no rádio, o público não tem a oportunidade de voltar para ouvir e ver de novo algo que tenha passado despercebido (e, embora hoje os web sites das emissoras disponibilizem os conteúdos exibidos, a prática de assisti-los posteriormente ainda não é habitual); portanto, pode-se ser redundante – sempre que possível, repetir aquilo que de mais importante deve ser dito – mas sem que se torne excessivamente repetitivo e cansativo. Como o tempo é o bem mais valioso neste meio de comunicação, quanto mais se

pode economizá-lo, melhor. Por isso, muitos editores recorrem ao uso de palavras curtas e as com mais de três sílabas devem ser substituídas se houver um termo equivalente.

Outra característica marcante nos textos produzidos nestes quase sessenta anos de telejornal no Brasil, é que os tempos verbais nem sempre respeitam a ordem dos acontecimentos. Como ressalta Alcure (2011), a utilização do verbo no presente do indicativo provoca a atenção do telespectador. Desta forma, um fato passado é comumente trazido ao presente. Quando não há possibilidade, evita-se o pretérito mais-que-perfeito em favor dos pretéritos perfeito, imperfeito ou mais-que-perfeito composto. Já o futuro, deve sempre ser empregado de modo composto, justamente para contribuir com a informalidade pretendida.

Nesta conversa com o telespectador, o jornalista deve se esforçar para, sobretudo, construir um texto criativo, que respeite a norma culta da língua portuguesa e ser o mais sintético possível. Entretanto, a “linguagem telegráfica” empregada no jornalismo impresso (substantivos sem artigo e frases sem verbo) é um erro e em nada contribui para a informalidade da linguagem coloquial.

Outro ponto chave para que a informação telejornalística tenha máxima eficácia é a combinação harmoniosa entre texto e imagem. Vera Íris Paternostro acrescenta que “o papel da palavra é dar apoio à imagem” (PATERNOSTRO, 1999, p. 72). O texto não pode contradizer a imagem, tampouco explicá-la ou redundá-la e sim, complementá-la. Boas imagens acrescidas de textos bem feitos são o primeiro passo para uma informação televisual coerente.

4.4 ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DO TELEJORNAL

A crescente atualização tecnológica trazida para a TV vem causando diferenciações cada vez mais perceptíveis entre os telejornais, todavia alguns elementos são comuns à maioria dos programas jornalísticos, conforme vemos abaixo.

A *vinheta* é composta normalmente por imagens produzidas por computação e uma música-tema e inicia o telejornal ou é exibida antes do intervalo. É ela quem dá a identidade ao TJ e prende o telespectador. Em eventos especiais, além do selo, podem ser criadas vinhetas exclusivas. Este elemento marca a abertura ou intervalo do jornal e “normalmente é composta por imagem e música características, trabalhadas com efeitos” (PATERNOSTRO, 2006, p. 226).

Semelhante às editorias do jornal impresso, o *bloco* é a subdivisão do telejornal, intercalado normalmente por dois intervalos comerciais. Entretanto, diferentemente

das editorias, os *blocos* não precisam, necessariamente, ter matérias exclusivas de determinado tema. Beatriz Becker resume os blocos como “pedaços de realidades televisuais, recheados de significação” (BECKER, 2005, p. 79).

Se o telejornal deve ser apresentado de modo a prender a atenção do espectador, precisa, no entanto, dar pausas para que o mesmo assimile as informações e relaxe antes que uma nova “leva” de matérias seja apresentada. Para manter este equilíbrio de tensão e relaxamento, existe o *intervalo* entre os *blocos* do TJ. Além disso, como as emissoras comerciais dependem de patrocínio, é durante o *break* que os anunciantes exibem seus produtos.

A *escalada* é normalmente o elemento seguinte à vinheta de abertura e traz um resumo das principais notícias do dia. Normalmente, são frases curtas e de impacto ditas pelos apresentadores de forma intercalada (quando da apresentação em dupla). Becker afirma que a ausência de imagens no telejornal chama a atenção do público e dá destaque ao âncora – entretanto, alguns telejornais se valem de imagens para cobrir a *escalada*, e neste caso, chama-se *teaser*. Resumidamente, a *escalada* “antecipa, em tom rápido ou incisivo, os assuntos que serão tratados mais à frente. Podemos observar que o texto é curto, possibilitando um dinamismo maior na abertura do jornal” (BECKER, 2005, p. 76).

Do inglês *tease* (provocar), o *teaser* tem justamente o objetivo de chamar a atenção do espectador por meio de uma pequena chamada para o que se vê na sequência; trata-se de um “texto curto, gravado pelo repórter para chamar a matéria na escalada. Podem ser usadas também cenas do VT que mereçam destaque” (BACELLAR, 2010, p. 137). Este recurso pode ser utilizado também na passagem de bloco ou ao longo da programação da emissora.

A *chamada*, como conceitua Bacellar (2010), é quando o apresentador antecipa, numa entrada na programação ou em outro telejornal, os principais assuntos que serão exibidos. Semelhante ao *teaser*, a *chamada* tem o objetivo de dar uma pequena informação ao telespectador para que este se interesse em ver a *matéria* completa (e o telejornal). É chamada de *manchete* quando apenas o apresentador está em quadro, sem imagens extras para ilustrar.

Já a *passagem de bloco* é a *manchete* ou *teaser* (fala do apresentador chamando a audiência para assistir aos próximos *blocos*), mas sempre apresentada antes de um intervalo comercial dentro do próprio telejornal.

Como já foi dito, é preciso que o telejornal chame a atenção do telespectador constantemente, pois a chance de dispersão é grande quando a TV está ligada –

ela concorre com outras mídias e acontecimentos domésticos e, dedicar atenção exclusiva ao telejornal é o objetivo dos editores quando confeccionam os textos lidos pelos apresentadores. Por este motivo, além da *vinheta* e da *escalada*, cada *matéria* é precedida por uma *cabeça* que, de acordo com Alcure “é o texto lido pelo apresentador antes de cada matéria com imagens (matérias editadas – VTs – ou ao vivo com repórter)” (ALCURE, 2011, p. 97). Este elemento não deve ser um resumo da matéria tampouco antecipar informações que serão dadas no *VT* e sim, conter frases de impacto que despertem curiosidade e vontade de acompanhar o que será mostrado na sequência.

A *nota*, “notícia curta [...] sem auxílio de matéria gravada (VT) nem entrevista ao vivo” (ROITER, 1995, p. 83), é um texto elaborado pelo editor e lido pelo apresentador. Quando não há imagens ou quando o assunto não “rende” um *VT*, este é o recurso mais utilizado. Divide-se, de modo geral entre: *nota pelada* ou *ao vivo*, *nota coberta*, *nota pé* ou *retorno*. A *nota pelada* ou *nota ao vivo* é assim designada justamente pelo fato de vir sozinha, sem imagens externas; ela é lida ao vivo com o apresentador em quadro e traz as informações completas sobre a pauta. A *nota coberta*, em contraposição, é acompanhada por imagens do evento narrado – podem ser imagens captadas pelo repórter cinematográfico, gráficos ou outras imagens produzidas pelo departamento de arte. Assim como a *nota pelada*, é uma notícia completa, lida pelo apresentador – que pode ser ao vivo ou gravada. Por fim, a *nota retorno* é um texto complementar lido pelo apresentador quando o *VT* termina e volta para o estúdio. Este recurso é utilizado, de acordo com Alcure, quando não há imagens suficientes para cobrir o *off*, quando chegaram informações de última hora que não puderam entrar no *VT*, quando é dada alguma informação em caráter de serviço (telefones, localização de eventos, etc) ou no formato de comentário do jornalista apresentador.

Termo inserido pelos profissionais nas redações, a *lapada* constitui-se em um resumo de notícias de diversos temas apresentadas em forma de *nota – coberta* ou *pelada*. Este recurso é utilizado quando não há necessidade de um *VT* exclusivo para os temas apresentados ou quando não há tempo hábil para apresentações individuais. Os textos são feitos pelo editor e lidos pelo apresentador.

O jornalista aprende desde o início da graduação ou da vida profissional que não é autoridade em nada, ou seja, tudo o que afirma deve estar pautado em declarações de entrevistados. Por este motivo, a credibilidade de um *TJ* está condicionada a boas “falas” e, não raro, as *entrevistas* são protagonistas dos noticiários. Neste trabalho, optamos por adotar as definições de Ivor Yorke (2006), que divide a entrevista em cinco grandes tipos: *exclusiva*,

com testemunhas, de plantão, enquete e coletiva. Além destas, falaremos também da distinção entre *entrevista* e *sonora*.

De acordo com Yorke (2006), a *entrevista exclusiva* é o tipo mais comum e ocorre quando o repórter vai até o local onde o entrevistado se encontra e extrai com exclusividade as informações de que precisa. A *exclusiva* pode ser gravada ou ao vivo, conforme a disponibilidade da fonte ou a intencionalidade do telejornal. Quando ao vivo, ela pode ser feita em estúdio, dinamizando o telejornal – hoje, o telespectador pode enviar perguntas para que sejam feitas ao entrevistado simultaneamente.

Outro tipo é a *entrevista com testemunhas*; pode ser facilmente vista em programas de caráter policial, em que o que interessa é o relato da testemunha a respeito de algum evento ocorrido. Neste caso, “as perguntas dirão mais respeito a fatos que a opiniões” (YORKE, 2006, p. 148).

A modalidade *entrevista de plantão* – eticamente questionável – consiste em contar com a astúcia do repórter em esperar o entrevistado na porta de casa ou de algum local em que se saiba que irá entrar ou sair para “tomá-lo de assalto” e perguntar-lhe sobre algum fato noticiável.

Também chamada de *fala povo*, a entrevista do tipo *enquete* tem por fim angariar uma porção de opiniões relativas a um único fato. Neste caso, o repórter sai às ruas e pergunta aleatoriamente ao povo, para que distintos juízos de valor sejam editados na sequência, sem intervenção de *off* do repórter. Watts (1990) acrescenta que este tipo de entrevista causa uma pausa agradável à sequência de opiniões de fontes oficiais e contribui para a inserção do público no telejornal.

A *entrevista coletiva* normalmente é convocada por órgãos oficiais, políticos ou grandes empresas para fazer um comunicado geral à imprensa (não necessariamente apenas à televisão), por isso, a localização, data e horário ficam a cargo de quem a convoca. Yorke (2006) acredita que as *coletivas* são marcadas para evitar múltiplas entrevistas.

Toda *sonora* é uma *entrevista*, mas nem toda *entrevista* é uma *sonora*. Embora se faça certa confusão no uso dos dois termos, é preciso saber que entrevista é, de modo geral, a fala de alguém alheio à produção do telejornal – seja a testemunha de algum evento, uma personalidade ou qualquer outro indivíduo que contribua com informação nova para o telespectador. O termo entrevista deve ser empregado, no entanto, quando sua transmissão for ao vivo. Já a *sonora* designa a “parte editada de uma entrevista e que será inserida na reportagem” (ALCURE, 2011, p. 105).

Em uma tradução livre, *stand up* significa *em pé* e é justamente desta forma que o repórter se posiciona para dar a notícia. Uma das formas de informar no telejornal, o *stand up* é a narração completa do fato, normalmente com o repórter posicionado em frente ao local dos acontecimentos. Dá-se quando não há imagens para cobrir a narração, quando o assunto não demanda uma reportagem completa ou quando não há tempo hábil para a edição. À sua semelhança existe também o *link*: ambos se dão com o repórter em pé relatando os fatos integralmente, entretanto, usa-se o termo *stand up* quando foi gravado e *link* quando é ao vivo. Em ambos os casos, como salienta Heródoto Barbeiro (2002) a transmissão do sinal é feita por antenas parabólicas ou pelo sistema digital.

Como sintetiza Fabiana Siqueira, o *comentário* “refere-se à análise, à interpretação dos fatos do dia a dia por um jornalista especializado” (SIQUEIRA, 2012, p. 176). Além de discorrer acerca de acontecimentos cotidianos, o *comentarista* tem o papel de aprofundar discussões sobre temas fixos, como política e economia, por exemplo. Os *comentários* também podem ser feitos pelos apresentadores do telejornal, com base em textos produzidos pelo editor.

O *VT* (nome herdado do antigo *videoteipe*) é a forma mais completa de ser dar uma notícia em telejornalismo. Nesta modalidade, une-se a participação do produtor, do repórter de vídeo, do repórter cinematográfico, da fonte e da edição. Guilherme Rezende pontua que reportagem

É a matéria jornalística que fornece um relato ampliado de um acontecimento, mostrando suas causas, correlações e repercussões. Em sua estrutura completa, constitui-se de cinco partes: cabeça, *off*, boletim, sonoras (entrevistas) e pé, mas pode configurar-se também sem uma ou mais dessas partes. [...] quanto ao assunto tratado, divide-se em dois tipos: factual, relativa a acontecimentos do dia-a-dia, chamada de matéria quente, que requer divulgação imediata, sob pena de perder a atualidade e necessário impacto sobre o público; e a *feature*, referente a assuntos de interesse permanente, que não necessitam do atributo da atualidade, denominada de matéria fria ou de gaveta, quando produzida para divulgação em dias de poucos acontecimentos. (REZENDE, 2000, p. 157).

O *feature* citado por Rezende é menos usado em telejornalismo diário, justamente pelo apelo do imediatismo que é uma de suas características mais marcantes; deste modo, o *hard news* (ou factual) é a tônica dos telejornais, que buscam fazer um resumo do dia elegendo pautas de acordo com sua linha editorial e público alvo. Quanto aos elementos da matéria, expostos pelo autor, é necessário pormenorizar cada componente: *cabeça*, *off*, *boletim* (ou *passagem*), *sonora e nota pé*.

4.5 ELEMENTOS DE FORMATO DA NOTÍCIA TELEJORNALÍSTICA

Além dos formatos abordados nos itens anteriores – *nota*, *stand up*, *link*, *entrevista* – o formato mais completo, a *reportagem* (também chamada de *matéria* ou *VT*) tem espaço de destaque no *TJ*, pois é ela quem dá ao espectador a dimensão mais completa a respeito do fato narrado.

Utilizando a classificação de Rezende (2000) percebem-se cinco partes que compõem uma reportagem completa: *cabeça*, *off*, *boletim* ou *stand up* (que chamaremos de *passagem*), *sonora* e *nota pé*.

A *cabeça*, item que abre a *matéria*, é o texto feito pelo editor e lido pelo apresentador do telejornal e deve corresponder ao *lead* do jornal impresso. Lenira Alcore enfatiza que este elemento tem “a função de um anúncio, com o objetivo principal de prender a atenção do telespectador para a narrativa com imagens, logo a seguir” (ALCURE, 2011, p. 97).

O texto em *off* é um termo herdado do telejornalismo norte-americano que designa a parte do texto feita pelo repórter e lida sem que este apareça no vídeo – sua fala é coberta com imagens. Beatriz Becker (2005) afirma que a narração em *off* tem a função operacional de concatenar e transmitir, de alguma maneira, uma determinada sequência de apresentação da informação trabalhada na edição, na montagem dos *VTs*. Ela ainda recorda que mesmo quando se parte da imagem para contar e precisar o que se vê, a fala confirma o que é mostrado na tela e procura conduzir a leitura audiovisual do receptor.

Já a *passagem* é o momento em que o repórter se apresenta ao telespectador no vídeo; nos primeiros anos de telejornalismo o repórter não aparecia de modo algum, apenas por meio de sua voz. Com o tempo, percebeu-se que sua presença no vídeo aumentava a audiência, além de garantir credibilidade ao noticiário – estar no local do acontecimento garante um caráter testemunhal à reportagem. Quando começou a ser utilizada, a *passagem* era composta por uma imagem estática em que o repórter era enquadrado em *plano americano* ou *meio-close* e desenrolava seu texto com seriedade. Com o passar do tempo, este elemento ganhou mais mobilidade e a valorização da informalidade fez com que hoje não seja mais necessária uma abordagem sisuda das *pautas* – embora deva conter sempre informações indispensáveis, pode ser feita com o repórter andando ou praticando alguma outra atividade enquanto relata os fatos. Siqueira acrescenta que

A passagem é feita pelo repórter no local do fato e inserida dentro da reportagem com a finalidade de se registrar a presença da equipe. De certa forma, a intenção é conferir credibilidade à informação apurada e apresentada. Também pode ser utilizada para se destacar algo constatado no local do fato, para fazer a transição entre dois assuntos ou situações e ainda para relatar informações que a equipe não tem imagens para mostrar. (SIQUEIRA in PORCELLO, VIZEU e COUTINHO, 2012, p. 177).

A *reportagem* ainda não pode ser considerada completa se não contiver uma ou mais *sonoras* (ou *entrevistas*). Mostrar pessoas “comuns” dando seus depoimentos ou ainda especialistas em determinado tema podem, de acordo com Becker (2005) dar ao telespectador a sensação de cumplicidade e oferecer uma abordagem humanística aos problemas. Rezende afirma ainda que “as sonoras são as entrevistas feitas pelo repórter para completar a matéria” (REZENDE, 2000, p. 153).

Por fim, a *nota pé* ou *retorno* é o texto feito pelo editor e lido pelo apresentador ao final do *VT*, dando informações adicionais ou evitando que a última fala seja de algum entrevistado. Este elemento não está presente na totalidade das *reportagens* telejornalísticas, mas funciona como um fecho para informar ao telespectador que outra pauta será abordada a seguir; além disso, “deve ser objetivo e curto, uma vez que a abordagem jornalística será desenvolvida pelo repórter, no local dos acontecimentos, pela matéria já editada” (REZENDE, 2000, p. 152).

Outra característica marcante nas reportagens é o *BG* (*background*), ou som de fundo, em português; trata-se dos sons captados pelo microfone da câmera ou do repórter que trazem ao público os ruídos do ambiente em que as cenas foram gravadas. Manter este elemento na edição final dá credibilidade ao conteúdo exibido e orienta o espectador. Além disso, muitas vezes a fala do repórter torna-se desnecessária quando há um *BG* de impacto (bombas explodindo ou manifestações populares, por exemplo). No entanto, embora seja essencial, Paternostro (2006) lembra que o som de fundo não pode prejudicar o áudio do repórter.

Recurso utilizado não apenas no estúdio, mas também em *VTs*, a *arte gráfica* – ou apenas *arte* – é uma ferramenta relativamente recente, possibilitada graças ao avanço da computação, que permite simular imagens para completar informações ou para ilustrar dados que a câmera não pode captar, como, por exemplo, a queda no preço da cesta básica. Seu objetivo, de acordo com Barbeiro (2002), é facilitar a compreensão do que está sendo veiculado para o telespectador.

Evidentemente, com a constante evolução da informática, outros elementos surgem a todo instante para agregar ou substituir os pré-existentes. O que se pretende aqui é

mapear o que predomina nas matérias telejornalísticas no cenário atual a partir de modelos amplamente estudados por pesquisadores em telejornalismo.

4.6 ELEMENTOS DE CONTEÚDO

Como explicitou o primeiro capítulo, a televisão conta com diversos formatos para informar à audiência (*programas temáticos*, de *debate*, entre outros). Aqui, todavia, opta-se por estudar o *telejornal diário* e suas características idiossincráticas. Percebe-se assim, que o *telejornal* se diferencia de outros formatos não apenas por sua apresentação visual e escolha vocabular, mas também pelos temas que aborda. Entre os estudiosos e profissionais é ponto pacífico que o principal objeto a ser exibido neste tipo de noticiário é o *hard news*, ou seja, a notícia factual. No entanto, inúmeros fatos ocorrem todos os dias e nem todos são noticiados; Olga Curado sinteticamente preceitua que “a notícia é a informação que tem relevância para o público” (CURADO, 2002, p. 15). Surge então, um novo dilema: como saber que tipo de pauta interessa ao público?

Alfredo Pereira Junior (2006) dá algumas pistas, afirmando que no pioneiro estudo *Deciding What's News*, Herbert J. Gans mostra que os jornalistas imaginam a audiência a partir deles mesmos. Entretanto, com o parco estudo de recepção no âmbito do telejornalismo no Brasil, não é possível confirmar tal hipótese; ainda assim, é preciso estabelecer *critérios de noticiabilidade* ou, como também são chamados, *valores-notícia* para que determinadas pautas sejam escolhidas em detrimento de outras. Mauro Wolf pontua que

[...] a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de um entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma qualidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 1995, p. 170).

Duarte (2007) também aponta que certos aspectos – como novidade, atualidade, credibilidade e confiabilidade – devem ser levando em consideração para alçar fatos à condição de notícia. O *telejornal diário* entendido por Iluska Coutinho (2006) é uma grande *narrativa do mundo moderno*. Analogamente, Pereira Junior (2008) chama-o de *discurso da atualidade*. Percebe-se que o *TJ* se dirige hoje para o sujeito pós-moderno ou contemporâneo, cuja principal característica é a fragmentação, “sendo sua(s) identidade(s) mais fluida(s), algumas vezes contraditória(s)... multimídia, para fazer uma brincadeira com a questão dos suportes e de seus usos em tempos de convergência” (COUTINHO, 2008, p. 93).

Deste modo, é preciso atrair o telespectador que migra paulatinamente para a internet em busca de informação e entretenimento. Fabiana Siqueira (2012) indica que o telejornalista atual está mais próximo dos cidadãos, pois estes têm participado cada vez mais ativamente dos meios de comunicação, por meio da produção e envio de imagens, por exemplo. Ela acredita que a internet e o celular fazem frente ao *TJ*, que deve buscar maior troca de informações com o público. Neste sentido, é preciso identificar quais os interesses de quem busca informação pela TV.

Olga Curado (2002) lembra que telejornais nacionais e locais devem abordar temáticas diferentes – enquanto o primeiro deve trazer fragmentos de informações sobre todo o país (ou os Estados mais “relevantes” politico-economicamente) além de matérias internacionais, o segundo deve focar-se nas notícias de sua comunidade e deixar assuntos nacionais ou internacionais para o noticiário da cabeça de rede. A autora lembra que este tipo de telejornal pode trazer serviços sobre o transporte local, preços de produtos no supermercado, saúde e bem estar, direito do consumidor, estilo, informática e até mesmo etiqueta.

Pode ainda trazer colunas sobre entretenimento (música, festivais teatrais, lazer infantil, artes e agenda cultural) e comentaristas sobre economia, política e esportes. O *comentário*, de acordo com Ivor Yorke (2006), é uma matéria visual transmitida do estúdio por uma pessoa que não é o principal âncora ou apresentador. Em geral, trata-se de um correspondente ou repórter especialista convocado para reunir os fatos e contá-los à câmera no estúdio.

O *telejornal* deve, em síntese, construir uma relação de proximidade com seu público, dando a ele liberdade para comentar, sugerir temas e identificar-se com o que é mostrado na tela.

4.6.1 O Telejornalismo Regional

Na tentativa em retomar a audiência perdida para os novos meios, principalmente internet e telefonia móvel, as emissoras testam formatos e começam a perceber que a televisão funciona, ainda hoje, como promotora de identificação social. Dominique Wolton (2004) acredita que a TV funciona como um laço que une indivíduos cada vez mais isolados no espaço sociocultural. Tomando esta premissa como verdadeira, evidencia-se a necessidade do ser humano em ver-se nos meios – não apenas a si mesmo, mas seus pares, ou seja, sua comunidade imediata.

Portanto, ver o mundo talvez deva ser deixado em segundo plano, em favor de um noticiário que privilegie os vínculos locais dos telespectadores, como acredita Ana Cristina Vallada:

A regionalização é mais que uma tendência, é um fato. Todas as emissoras têm pelo menos uma parte da programação regional. É essa programação que a aproxima o telespectador, que faz ele se identificar com o telejornal. Os assuntos nacionais são importantes, mas não acredito que eles fidelizem tanto a audiência como já aconteceu no passado³².

Ainda em 1988, quando da promulgação da Constituição Federal³³ vigente, percebeu-se a primazia importância em privilegiar uma programação televisiva voltada para o regional, embora as emissoras tenham demorado a acatar tais determinações.

Os incisos II e III afirmam que os meios eletrônicos têm o dever legal de priorizar a cultura regional, seja por meio da produção artística ou jornalística. Ainda na década de 1990, José Marques de Melo (1996) demonstrava que embora estejamos caminhando para a aldeia global apresentada por McLuhan, continuamos vivendo em um espaço local, com raízes firmadas sob solo familiar e comunitário. Rogério Bazi confirma a hipótese de Marques de Melo, acreditando que “mesmo o mundo caminhando a passos largos em direção à globalização, as pessoas desejam primeiro se sentir informadas daquilo que acontece na sua cidade, na sua região” (BAZI, 2001, p. 89).

A exibição de programação telejornalística local ou regional fortalece o vínculo do público com a emissora e promove a construção “da própria identidade da região/localidade, uma vez suposta a credibilidade de emissora e noticiário(s) junto a seus telespectadores” (COUTINHO, 2008, p. 98). Embora tradicionais, os telejornais nacionais raramente dão conta de problemas que afetem diretamente seu público-alvo e, como salienta Ivor Yorke (2006), o telejornal local pode oferecer uma imagem mais clara da sociedade que jamais será refletida pelo jornal em rede. O autor acrescenta que a relação de proximidade entre a equipe de produção e a audiência faz com que haja maior preocupação na elaboração dos conteúdos transmitidos pelas emissoras regionais.

³² Entrevista concedida à autora por e-mail, em 15 de janeiro de 2014.

³³ O artigo 221 decreta que:

A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Percebe-se então, um nicho que vem sendo cada vez mais explorado pelas emissoras: o telejornalismo local ou regional. Tomando as definições de Dulce Márcia Cruz (1996) e Roberto Corrêa (1991) sintetizadas por Bazi, o telejornalismo regional é a produção de notícias de e para uma região geográfica que compreenda algumas cidades; já o local contempla uma região menor, dando prioridade à cidade de maior porte de sua região. Iluska Coutinho acrescenta que

[...] telejornal local é aquele [...] produzido na mesma área de emissão do canal, enquanto o telejornal regional seria aquele produzido em parte da área de penetração do canal (em geral nas cidades-pólo em que se localiza a sede da emissora), mas cujo material se destina a uma mesma região geocultural (COUTINHO, 2008, p. 101).

Além deste tipo de prática ser valorizada pela audiência, o retorno publicitário tem se mostrado bastante favorável – para o comércio local é muito mais barato fazer um anúncio regional do que nacional. Neste sentido, a viabilidade de emissoras locais depende, de acordo com Bazi (2001), do aglomerado empresarial no qual elas estiverem instaladas.

Outra maneira de exibir telejornalismo local é o sistema de afiliação³⁴; este formato ganhou impulso na década de 1980, quando o sistema de redes pôde se consolidar graças à chegada do satélite, que possibilitou a integração de regiões que não eram privilegiadas pela via terrestre de micro-ondas. Beatriz Becker ressalta que as emissoras, de modo geral, têm ao menos um telejornal de rede e outro local ou regional; entretanto, a própria autora reconhece que os telejornais que abrangem nível nacional, em seus aproximadamente 30 minutos, “são insuficientes para contar os principais acontecimentos do Brasil e do mundo, especialmente relatados em 22 notícias em média por edição” (BECKER, 2005, p. 94).

Parece evidente, então, que os telejornais diários deveriam apontar para a regionalização de seus conteúdos, deixando para outros formatos telejornalísticos (como o programa temático ou de debate, por exemplo) o papel de aprofundar e interpretar temas extralocais. Ao apontar novas diretrizes para a prática telejornalística, Neusa Rocha³⁵ afirma que a regionalização deve ser o caminho trilhado pelas emissoras:

³⁴ A emissora se vincula a uma rede nacional, cumpre sua grade de programação e, em horários determinados pela cabeça de rede, coloca no ar programas produzidos na afiliada.

³⁵ Jornalista da *TV Globo* desde 1970, participou da produção de grande parte dos telejornais da emissora.

O serviço que você vai prestar para cada comunidade é diferente, você tem que prestar um serviço específico, comunitário e regional, não tem como atender bem por 'atacado'. No atacado, você anuncia que caiu um prédio, agora esta queda vai ter mudança na vida cotidiana daquela comunidade. Assim, você apresenta para cada comunidade o que ela busca³⁶.

No norte do Paraná, boa parte das emissoras locais ou regionais é afiliada a redes. A *TV Tarobá* retransmite o sinal da *Bandeirantes*, a *TV Vanguarda* da *Rede Independência de Comunicação (RIC)* é vinculada à *Rede Record* e a pioneira *Rede Paranaense de Comunicação (RPC)* é afiliada à *Globo*. A história da primeira *TV paranaense* – que hoje pertence ao grupo *GRPCOM*, começa com o empresário Nagib Chede.

4.6.1.1 A TV Paranaense/RPC TV

Ainda na década de 1950, quando Assis Chateaubriand estava implantando a pioneira *TV Tupi* no Rio de Janeiro e, posteriormente, em São Paulo, Nagib Chede estivera em Nova Iorque a convite do *Lions Club* e pôde conhecer os primeiros equipamentos fabricados pela *RCA* para televisão. Encantado, trouxe uma câmera para Curitiba e começou a fazer transmissões experimentais ainda naquela década. João Somma Neto (2007) pormenoriza o percurso de Chede até a implantação da primeira TV no interior do país. Somma Neto afirma que dez anos após a chegada da primeira TV ao Brasil, o Paraná ganharia o Canal 12: A *TV Paranaense* era oficialmente inaugurada em 28 de outubro de 1960.

Durante os oito primeiros anos, a emissora de Chede era afiliada à *Rede Tupi*, que ainda se estabelecia entre as líderes de audiência. Entretanto, em 1968, a *TV Iguazu* (inaugurada em 28 de dezembro de 1967, também em Curitiba) fechou contrato com a emissora carioca, o que causou forte impacto econômico para o *Canal 12*. A derrocada de Chede não tardou e, acumulando prejuízos, vendeu sua emissora ao grupo de banqueiros composto por Edmundo Lemanski, Adolfo de Oliveira Franco Filho e pelo advogado Francisco Cunha Pereira Filho.

Desde 1976 a emissora é afiliada à Rede Globo e, além de jornais impressos e emissoras de rádio, a Rede se expandiu e tem emissoras em Foz do Iguazu (*TV Cataratas*), Maringá (*TV Cultura*), Ponta Grossa (*TV Esplanada*), Paranavaí (*TV Imagem*), Guarapuava (*TV Guairacá*), Cascavel (*TV Oeste*) e Londrina (*TV Coroados*). Esta última será abordada mais à frente.

³⁶ Entrevista concedida à pesquisadora Florentina Neves para sua dissertação, em 1999.

Em 2000, a rede passa a se chamar *Rede Paranaense de Comunicação (RPC)* e, em 2010, reposiciona-se como *GRPCOM – Grupo Paranaense de Comunicação*. Além da programação da *Rede Globo*, a *RPC TV* exhibe os locais: *Bom Dia Paraná; Paraná TV 1° e 2° edição; Globo Comunidade; Meu Paraná; Plug!; Caminhos do Campo e Revista RPC*.

Em 22 de outubro de 2008, a *RPC TV* de Curitiba transmitiu sua programação em sinal digital pela primeira vez no sul do país e em 2010, a tecnologia foi expandida aos municípios de Londrina, Maringá e Foz do Iguaçu³⁷. Em 16 de dezembro de 2013, o telejornalismo da *TV Coroados* (Londrina) passou a ser totalmente produzido e exibido em *HD*.

4.6.1.2 Os primeiros programas telejornalísticos da TV Paranaense/RPC TV

Assim como ocorria nas demais emissoras, o improvisado era a forma dominante de colocar a programação no ar na *TV Paranaense* – profissionais vindos do rádio ou de jornais impressos ainda não tinham domínio de uma linguagem efetivamente televisual e, como lembra Somma Neto

As notícias eram apenas lidas por um apresentador “noticiarista”, sem nenhuma imagem ilustrativa, apesar dos esforços dos profissionais em elaborar uma programação o mais completa e diversificada possível, que incluía, além dos noticiários, programas de esporte, música, teatro, shows, programas infantis, desenhos animados e filmes, entre outros. A programação local era produzida superando a precariedade de equipamentos e de instalações (SOMMA NETO, 2007, p. 139).

Wilson Serra, atual diretor de jornalismo da *RPCTV* iniciou sua carreira televisiva como repórter, em 1972 na sucursal de Maringá da *TV Tibagi*. Ele reforça que assim como nas emissoras do Eixo Rio-São Paulo, o amadorismo também fazia parte da rotina paranaense:

³⁷ Informações extraídas do site da emissora <<http://www.grpcom.com.br/unidades/rpc-tv.html>> acesso em 2 de julho de 2013, às 17h44.

A TV é herdeira do rádio. No rádio, ela foi buscar seus primeiros profissionais que trouxeram o estilo e a linguagem. A carência de recursos também contribuiu para essa semelhança. Era preciso contar as histórias com poucos, quase nenhum recurso de imagem. E o rádio era a melhor escola para isso. A chegada de novos recursos e o próprio crescimento do veículo deram à televisão uma identidade, uma linguagem própria. As histórias passaram a ser contadas pelas imagens e o texto foi perdendo espaço. Tomou força a frase “uma imagem vale mais que mil palavras³⁸”.

O primeiro telejornal diário foi *O Estado do Paraná na TV*, exibido todo final de tarde sob o comando de Jamur Júnior, Acir Guérios e Flávio Menguini; na sequência veio a *Tribuna do Paraná na TV*, ao meio-dia – ambos os noticiários tinham 30 minutos. Somma Neto (2007) acrescenta que os dois programas já representavam uma tentativa de introduzir um novo formato de programa jornalístico, com a utilização de imagens ilustrativas incipientes, tais como *inserts* de cartões de estúdio, *slides* ou cenas de filmes mudos. O jornalismo esportivo logo ganhou seu espaço, sob o nome de *Doze nos esportes*, apresentado por Maurício Fruet.

Ao longo dos anos, o telejornalismo da rede foi se especializando e hoje a RPC TV é líder de audiência em todo o Estado do Paraná, ficando 42% à frente da segunda colocada, de acordo com pesquisa IBOPE de 2011³⁹.

4.6.2 A TV Coroados

A *TV Coroados*, pertencente à *RPC TV* que, por sua vez, é afiliada à *Rede Globo*, foi inaugurada em 21 de setembro de 1963, pelos *Diários Associados*. No início, obviamente, transmitia a programação da *TV Tupi*, mas mesmo após sua venda para Paulo Pimentel em 1974, continuou transmitindo a emissora de Chateaubriand. Em 1976 passou para as mãos do grupo de Oscar Martínez (*Grupo OM*) e a partir deste ano até 1979 se filiou à *Globo*. Em entrevista à autora⁴⁰, Ossamu Nonaka lembra que nesta época, boa parte dos arquivos da emissora foram perdidos, tanto pelas intempéries do tempo quanto pela falta de cuidado do *Grupo OM* em arquivar sua produção. Ele salienta também que o alto custo da gravação em filme era um empecilho para que houvesse um arquivamento adequado dos materiais produzidos.

Neste mesmo ano de 1979, a *TV Coroados* foi comprada pela *Rede Paranaense de Comunicação (RPC)* e passou a exibir programação independente até que o

³⁸ Entrevista concedida à autora por e-mail em 8 de agosto de 2013.

³⁹ Dados extraídos do site da emissora <<http://www.grpcom.com.br/unidades/rpc-tv.html>> acesso em 2 de julho de 2013, às 18h04.

⁴⁰ Entrevista concedida à autora nas dependências da TV Coroados em 1 de agosto de 2013.

contrato com a *Globo* fosse reestabelecido no final do mesmo ano. Desde o início, a *TV Coroados* já abocanhava significativa audiência no norte do Paraná e sul de São Paulo – hoje, sua programação atinge 52 municípios do norte e do norte pioneiro do Paraná (PIVETA, 2010, p. 37).

Em seus primeiros anos, as transmissões ocorriam entre às 18h00 e meia-noite, aproximadamente e na grade constavam programas de auditório, musicais, infantis e shows, basicamente. Estar no interior do Estado implicava também na falta de estrutura técnica – o videoteipe, por exemplo, só começou a ser utilizado em 1980, tornando a emissora uma das últimas afiliadas da *Rede* a adotar a tecnologia.

Os primeiros telejornais foram apresentados ainda na década de 1960, seguindo o modelo radiofônico predominante à época. Patrícia Piveta (2010) afirma que à época, os primeiros telejornais que foram ao ar na *TV Coroados* não passavam de cópias transmitidas pelo rádio. A única diferença era a imagem, ao vivo, do próprio apresentador; ela prossegue e, no que se refere à estética dos TJs,

[...] o apresentador adotava uma postura formal, quase estática, com locução ao estilo radiofônico. Ele sentava atrás de uma mesa e tinha numa tapadeira, ao fundo, o logotipo do jornal. Os enquadramentos de câmera de estúdio também eram pouco ou nada flexíveis. Normalmente a câmera ficava fixa num mesmo local, do início ao fim do jornal, já que o equipamento tinha um tamanho considerável, comparado aos padrões atuais e, por conta disso, a mobilidade ficava prejudicada. (PIVETA, 2010, p. 50).

Na década seguinte, o telejornal passa a contar com o “locutor de cabine”, um profissional do rádio que apenas narrava as notas cobertas, para alternar com a voz do apresentador. As entrevistas de estúdio datam desta época e, em entrevista, Ossamu Nonaka afirmou que estas tinham tom “oficialesco”, institucional. Nonaka ainda lembra que no início não havia profissionais qualificados e, quando a Universidade Estadual de Londrina abriu a primeira turma do curso de Comunicação Social, em 1974, 16 estudantes foram contratados para as mais diversas funções.

Já na década de 1980, a profissionalização estava implantada e a *TV Coroados* contava com o suporte técnico e *know-how* da *Rede Globo*. Isso, no entanto, não foi suficiente para a modernização dos equipamentos e o uso do filme ainda era predominante, enquanto em outras praças a fita magnética já estava em pleno uso. Quando a transição se deu completamente, a linguagem telejornalística também sofreu modificações – agora já não era preciso fazer um número restrito de imagens como antes e os telejornais ganharam mais imediatismo, pois o tempo de edição fora drasticamente reduzido.

Como você podia gravar e *desgravar* [sic] uma fita inúmeras vezes, o custo de produção foi reduzido drasticamente. Deixamos de gravar segundos de filmes e passamos a gravar minutos, horas de VT. Uma cena podia ser gravada várias vezes, deixando para a edição a possibilidade da escolha da melhor opção. Hoje, fita e VT também são coisas do passado. Tudo é digital. Mas o processo de produção que eles trouxeram e permitiram deram uma identidade própria à TV, que permanece até hoje. Foi essa mudança de processo que possibilitou também a mudança do formato e da abordagem do veículo. Com mais recursos tecnológicos à disposição, a TV pode desengessar [sic] o seu formato e o seu conteúdo⁴¹.

Além disso, a matriz passou a orientar os cinegrafistas para que ousassem mais, e os entrevistados também deveriam mudar de postura (em vez de olhar para o repórter, deveriam olhar diretamente para a câmera); também era preciso fazer contraplanos⁴² e cenas de corte⁴³, determinações que foram revogadas em 1992 pela *Rede Globo*, pois entendeu-se que tais elementos provocavam adulteração na realidade.

Antes disso, porém, ainda na década de 1980, muitas tentativas foram empreendidas a fim de encontrar uma linguagem própria ao telejornalismo. Maria José Volpini⁴⁴, editora do *Paraná TV 2ª Edição* e jornalista da *TV Coroados* desde o início da década de 1980, lembra que muitos telejornais passaram pela grade da emissora. Ainda nesta década, um dos blocos do *Bom Dia Paraná* era produzido pela praça de Londrina, assim como ocorria no *Jornal Estadual 3ª Edição*, que posteriormente passou a se chamar *Jornal Amanhã* e hoje é o *Jornal da Globo*, inteiramente produzido pela matriz.

Datam desta época os também locais *Jornal Estadual 1ª e 2ª Edição*, embriões do que hoje se conhece por *Paraná TV 1ª e 2ª Edição*. Havia ainda o *Globo Esporte* local, que foi extinto da grade nos anos 1990, sendo hoje produzido pelas praças, mas exibido e apresentado por Curitiba. Com a gerência da *RPC*, o *Bom Dia Paraná* passou a ser transmitido integralmente pela cabeça de rede, fato recentemente alterado com a inserção de um bloco local ancorado por Alberto D'angele.

Maria José recorda que os dois principais telejornais da Rede, o *Jornal Estadual 1ª e 2ª edição*, passaram por algumas alterações até se configurar com o que se exhibe hoje. No início, eles eram totalmente locais; depois, decidiu-se produzi-lo na Capital e ceder um bloco às praças e, posteriormente, mais um bloco local foi acrescentado. Em julho de 1999, quando passou a chamar-se *Paraná TV*, tais mudanças foram sendo assimiladas e hoje,

⁴¹ Wilson Serra em entrevista à autora, por e-mail, em 8 de agosto de 2013.

⁴² Gravação do repórter ou entrevistado por outro ângulo, para inserir no meio de alguma fala.

⁴³ Como era praticamente proibido mostrar um “pulo”, ou seja, um corte de edição, estes espaços eram preenchidos com cenas aleatórias, como por exemplo, um detalhe na parede ou uma caneta sobre a mesa.

⁴⁴ Entrevista concedida à autora nas dependências da *TV Coroados* em 11 de julho de 2013

a 1ª edição é 100% local e a 2ª edição conta com um bloco local e o restante é ancorado por Sandro Dalpícolo, diretamente de Curitiba.

Ao longo destes mais de 50 anos, a *TV Coroados* primou por uma cobertura jornalística local e regional que priorizasse seu público-alvo.

Houve uma época que o jornalismo, por uma linha editorial da *Globo*, ia buscar mais notícia política, econômica e o jornalismo comunitário foi ficando meio de lado. Hoje nós estamos retomando bastante isso que se chama de jornalismo comunitário. É o povo na TV, dar voz para o povo, porque é isso que interessa. Você faz a notícia pra ele; sem deixar de lado, é claro, a notícia política, econômica, você tem que dar uma atenção especial pra isso, mas não só isso. Você tem que resgatar a participação popular e os problemas comunitários que, no fundo, é o que fazem a cidade. Então o jornalismo está retomando essa parte de uma maneira mais solta, fazendo o pessoal participar mais, tendo interatividade, trazendo a comunidade pra dentro da TV, pedindo para que a comunidade ajude a fazer jornalismo, ajude a transformar a sua comunidade. O telejornalismo também tem esse papel transformador⁴⁵.

Diversas transformações notadas no âmbito da linguagem telejornalística nacionalmente podem ser atribuídas ao telejornalismo regional. Fábio Donadone, pauteiro do *Jornal da Record* afirma que algumas mudanças perceptíveis se deram atreladas ao desenvolvimento da web:

A internet mudou tudo. Redes sociais, *twitter*, *facebook*, uso de *skype*, isso facilitou a produção como nunca. Imagine que quando comecei, eu não tinha acesso a internet, apenas um computador na redação tinha acesso à discada. Se eu ia montar uma pauta com informações de arquivo de um julgamento, eu pegava uma pasta na minha gaveta, que por organização eu guardava pautas anteriores ou jornais, e lia, e fazia um resumo. Hoje o *Google* resolve isso⁴⁶.

Outras mudanças também puderam ser percebidas na crescente informalidade na apresentação:

A informalidade virou uma orientação e obsessão. Os chefes, os diretores das TVs devem acreditar que a informalidade é um caminho para a audiência. Mas não sejamos maniqueístas, não são apenas os donos que querem. Acho que o público também quer. Veja meu sobrinho de 18 anos. Ele ouve tudo ao mesmo tempo, na internet, jogo de futebol, música, redes sociais. Você acha que ele vai sentar em frente a uma TV e ver um telejornal com o apresentador na bancada? Não podemos confundir informalidade com popularesco ou sensacionalista. Para mim, a informalidade é uma busca pela inovação⁴⁷.

⁴⁵ Entrevista de Maria José Volpini concedida à autora nas dependências da TV Coroados em 31 de julho de 2013.

⁴⁶ Entrevista à autora concedida por e-mail, em 27 de julho de 2013.

⁴⁷ Idem.

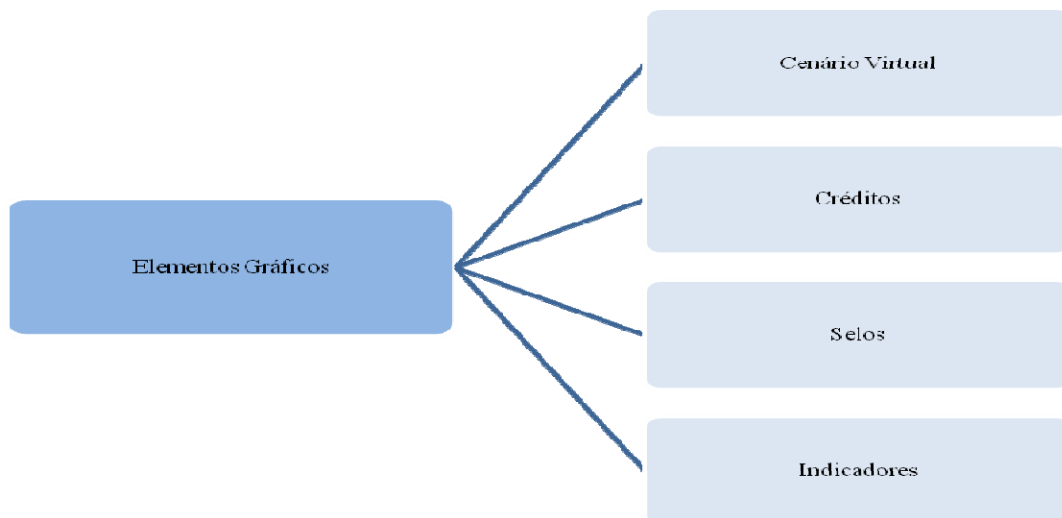
Com o intuito de verificar e mapear tais mudanças e inovações, o capítulo que se segue versa sobre o uso dos elementos até aqui apresentados em três diferentes períodos (década de 1980, 1990 e anos 2000) no telejornal regional *Paraná TV 1ª Edição*.

5 O ESTUDO DA LINGUAGEM DO TELEJORNAL DA RPC

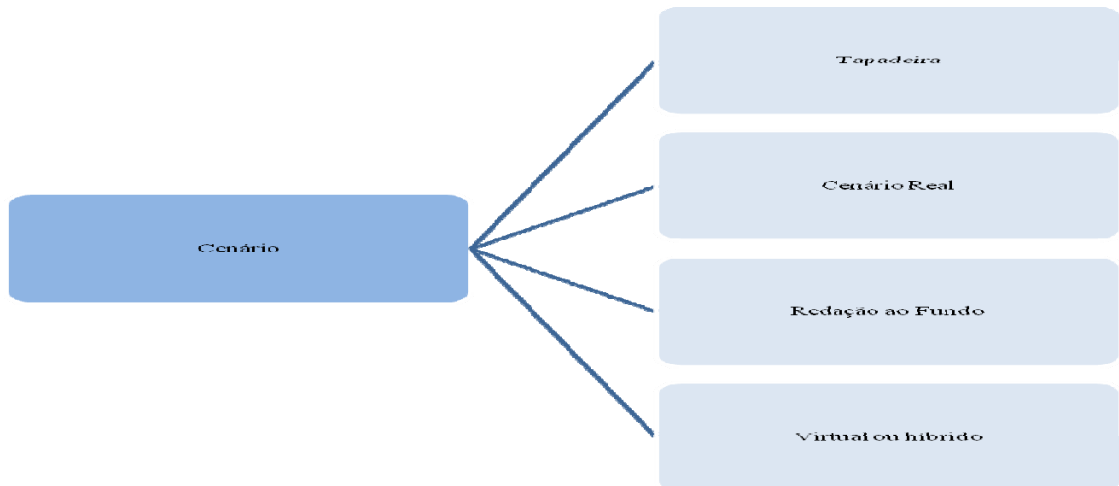
Os *telejornais*, como se evidenciou até aqui, sempre tiveram o papel de informar ao público a respeito das notícias consideradas relevantes. Entretanto, a maneira de transmitir tais informações tem se transformado nos âmbitos imagéticos, verbais e de conteúdo. Reunindo todas as características explicitadas nos capítulos anteriores, foram detectados 51 elementos passíveis de análise, como se observa a seguir.

A primeira categoria se refere aos *Elementos Gráficos* utilizados pelos telejornais e que vêm sendo aprimorados ao longo do tempo. Neste item, encontram-se os *indicadores, selos, créditos e cenário virtual* (que também se enquadra na categoria *Cenário*, apresentada a seguir).

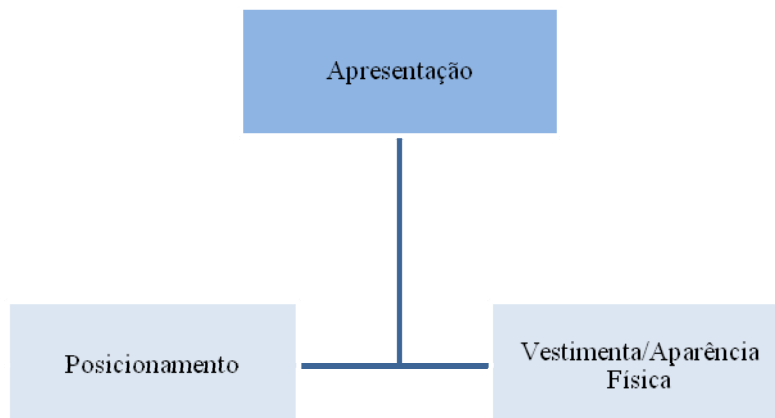
Gráfico 1 – Elementos Gráficos



Em segundo lugar, o *Cenário* foi alvo de subdivisões por apresentar diferenças – especialmente tecnológicas ao longo dos anos e pode ser classificado como: *tapadeira, real, redação ao fundo e virtual ou híbrido*.

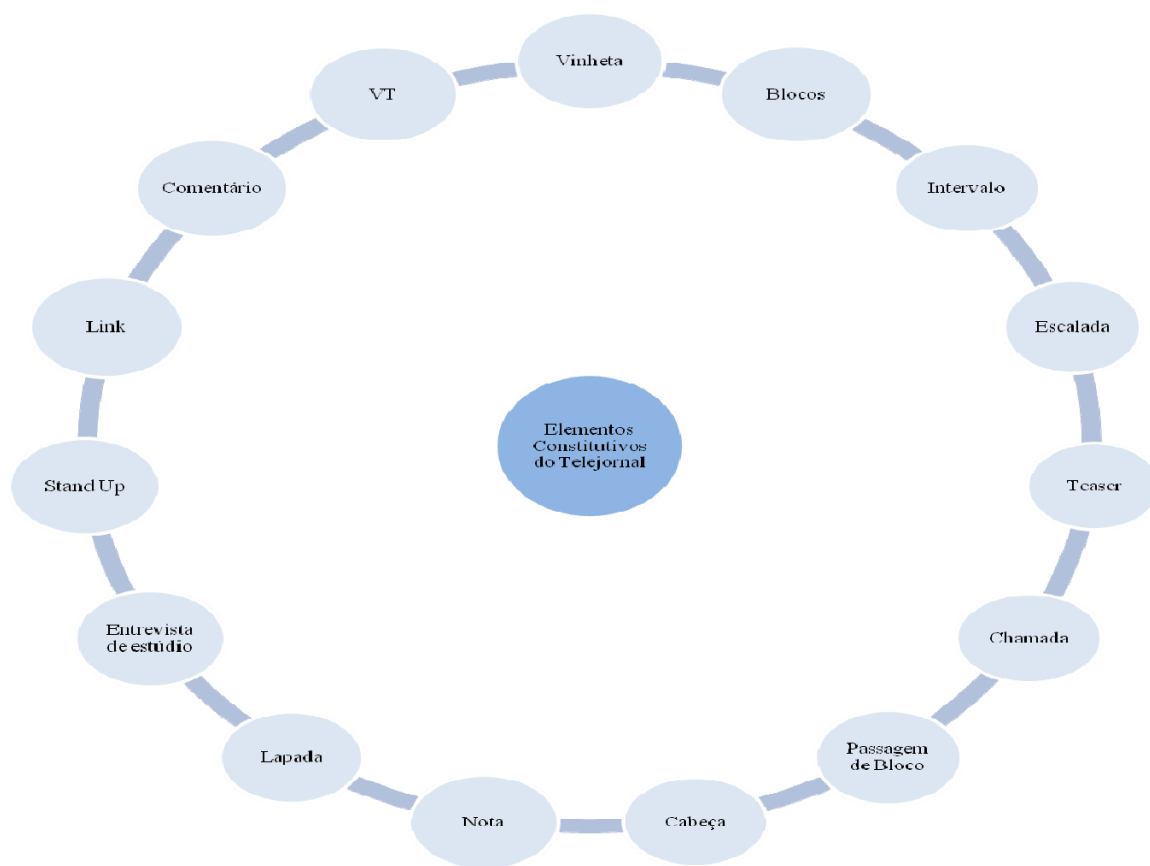
Gráfico 2 – Cenários utilizados no telejornalismo

A terceira categoria denominada *Apresentação* se refere ao modo como os telejornais eram apresentados nas décadas anteriores e como vem se configurando na atualidade. Para tanto, dois fatores são levados em consideração: o *posicionamento* no estúdio e a *vestimenta* juntamente à *aparência física* dos apresentadores.

Gráfico 3 – Apresentação do telejornal

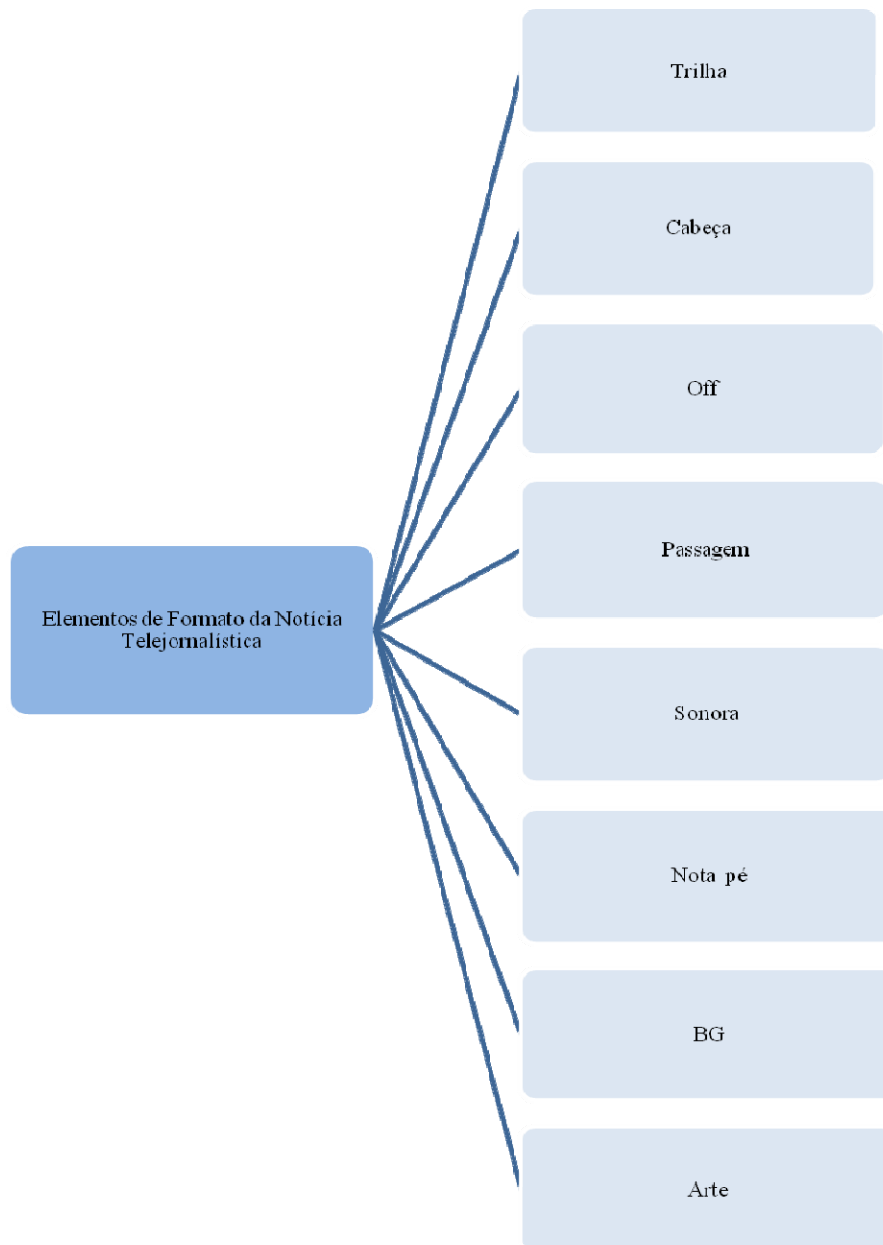
Importante categoria de análise constitui-se nos *elementos constitutivos do telejornal* cujos itens são: *vinheta, blocos, intervalo, escalada, teaser, chamada, passagem de bloco, cabeça, nota, lapada, entrevista de estúdio, stand up, link, comentário e VT*.

Gráfico 4 – Elementos Constitutivos do Telejornal

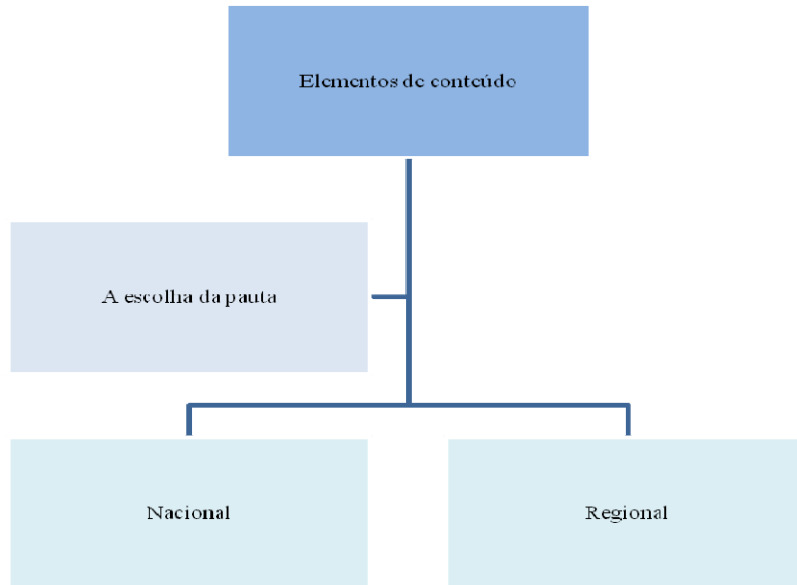


Os *elementos de formato da notícia telejornalística* subdividem-se em: *trilha, cabeça, off, passagem, sonora, nota pé, BG* e *arte* e o uso de tais elementos pode ser verificado de acordo com as transformações da linguagem telejornalística.

Gráfico 5 – Elementos de formato da notícia telejornalística



Na categoria *elementos de conteúdo*, busca-se a diferenciação entre o que deve ser pautado nos âmbitos *nacional* e *regional*, a fim de verificar de qual modo os telejornais buscam atrair a audiência.

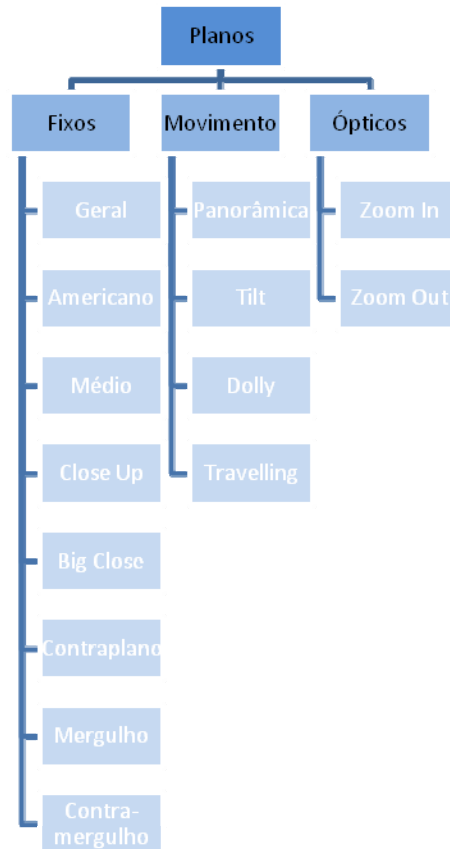
Gráfico 6 – Elementos de conteúdo

Ainda, apresentam-se dois grandes grupos representam a *linguagem verbal* e a *interatividade*. O primeiro, como já exposto anteriormente, não é alvo de estudo aprofundado nesta pesquisa, embora abordá-lo seja essencial para a compreensão das transformações da linguagem telejornalística dos últimos anos, assim como no segundo grupo, à medida que o avanço tecnológico permite cada vez mais a troca de informações entre produtores e receptores.

Gráfico 7 – Linguagem Verbal e Interatividade

Por fim, os *planos imagéticos*, divididos entre *fixos*, *de movimento* e *ópticos* demonstram o primeiro item da linguagem visual estudado neste capítulo.

Gráfico 8 - Planos



Tendo estes grupos como ponto de partida, foram selecionados telejornais das décadas de 1980, 1990 e 2000. O único item não passível de análise neste trabalho é a linguagem verbal, por entender-se que este fator deveria ser pormenorizado tomando os Estudos da Linguagem como metodologia, cujo foco difere-se da linguagem telejornalística aqui apresentada. Como nos adiantou Ossamu Nonaka, apenas a partir de 2010 é que os telejornais passaram a ser integralmente gravados e arquivados; desta maneira, o material coletado esteve diretamente ligado ao que a emissora dispunha em seu arquivo físico. Assim, foram encontradas três *matérias* e uma *cabeça* de 1983, três *matérias* de 1993, um *estúdio* e uma *entrevista de estúdio* de 1995, duas *entrevistas de estúdio* de 2002 e duas *matérias* de 2003 e dois *telejornais* completos de 2013.

A escolha pelo *Paraná TV* se deve a um conjunto de fatores que o abalizam à medida que é o principal telejornal do *Grupo Paranaense de Comunicação* e, em Londrina, é produzido pela primeira emissora de televisão do interior do país. Além disso, o grupo é afiliado à *Rede Globo* e, como se sabe, “aqui no Brasil, quem fornece os modelos e formatos dos telejornais, então seguidos e copiados pelas outras emissoras, é a RGT⁴⁸” (DUARTE,

⁴⁸ RGT é a sigla utilizada pela autora para se referir à *Rede Globo de Televisão*.

2007, p. 54). Desta forma, acredita-se que ao estudar o telejornal local *Paraná TV 1ª Edição*, está-se extensivamente mapeando as características de boa parte do que é praticado nas demais emissoras comerciais no Brasil.

Tabela 1 - Número de elementos obtidos

	Estúdio	VT	Entrevista de Estúdio	TJ Completo
1983	1	3	0	0
1993	1	3	0	0
1995	0	0	1	0
2002	0	0	2	0
2003	0	2	0	0
2013*	-	-	2	2

Fonte: a autora

*neste ano os outros elementos não foram contabilizados por estarem presentes no telejornal completo.

O objetivo desta pesquisa é, por meio da variedade de datas e elementos, mapear as transformações pelas quais o telejornal vem passando para se configurar como hoje o conhecemos especialmente no âmbito regional; ainda, verificar de que modo a escolha da pauta pode gerar fatores de identificação do público com telejornais regionais ou locais. Deve-se salientar de partida a impossibilidade de abarcar a totalidade de programas noticiosos produzida em nosso país, isto é, sabe-se que metonimicamente estamos tomando uma parte pelo todo e, sabendo que o telejornal *Paraná TV* é feito à semelhança dos outros programas da *Rede Globo* nos demais Estados e que esta emissora costuma ditar aquilo que se vê na TV aberta de modo geral, acredita-se que ao explorar este *TJ*, está-se trazendo à tona o que é praticado em todo Brasil.

5.1 O USO DOS PLANOS

Como apontado no capítulo dois, o emprego de cada plano busca atingir determinados objetivos junto ao telespectador. Observando os VTs selecionados de 1983, 1993 e 2013, notam-se transformações; os mais antigos privilegiavam *planos americanos*, *meio-closes* e *mergulhos*, enquanto as outras tomadas eram menos usadas. O *plano americano*, como já exposto anteriormente, busca interagir a personagem ao meio ambiente, o que demonstra que os telejornais da época poderiam ter uma preocupação mais descritiva em relação ao objeto em pauta.

Entretanto, o uso do *meio-close*, plano que aproxima o telespectador de quem fala na tela, também pode ser considerado como uma tentativa de valorizar a fala do entrevistado, tendo em vista que, como será visto à frente, o repórter não aparece no vídeo nesta época. As tomadas em *plongée*, em que o objeto é tomado de cima para baixo, são normalmente associadas à tentativa de achatá-lo ou diminuir moralmente o entrevistado, mas percebe-se que o uso excessivo deste plano deveu-se pelas condições de gravação dos VTs selecionados e não de uma linha editorial.

O que se percebe, de modo geral, é que na década de 1980 o uso de diferentes planos para atingir objetivos predeterminados ainda era bastante rudimentar, pois nos anos que se seguiram, a quantidade de tomadas distintas em uma mesma matéria passou a ser mais equilibrada. Em 1993, por exemplo, o plano mais empregado foi o *americano* (8 vezes), ainda assim, os outros não estiveram em desequilíbrio, à exceção do *close up*, inutilizado nos três vídeos analisados.

Em 2013, o *meio-close* foi o plano com maior destaque, utilizado 20 vezes. Isso se deve a outro fator – cada vez mais os telejornais têm primado por matérias que ouçam o maior número de fontes possível e como o plano de entrevista comumente é o *meio-close*, este aparece frequentemente; assim, o telejornal atual pode ser considerado muito mais interpretativo que descritivo, como ocorria no passado. Os outros planos, como detectou-se, são usados com certo equilíbrio.

O *contraplano*, tomada utilizada para cobrir “pulos” de edição, com imagens do repórter fazendo uma pergunta ao entrevistado ou apenas assentindo com a cabeça, não foi detectado em nenhum momento. Todavia, sua inexistência na década de 1980 causou estranheza, a qual Maria José Volpini explicou.

Infelizmente os VTs que nós tínhamos em arquivo não tinham o *contraplano*, mas me lembro muito claramente que ele era muito usado e não só por nós, mas por todos os telejornais. O ‘Bom Dia’, que era basicamente um TJ de entrevistas, usava o contraplano direto, era uma prática muito comum para não aparecer aquele pulo do corte⁴⁹.

Ao longo do tempo, a prática de cobrir a edição com imagens “forjadas” foi sendo deixada de lado e hoje se entende que o jornalismo deve se distanciar de um discurso próprio da dramaturgia, a fim de buscar seriedade e credibilidade junto ao público. Volpini Acrescenta que

[...] na linguagem de imagem antigamente, se eu estou fazendo uma entrevista e ela é longa, eu teria que dar o corte e daria aquele pulo de imagem, então você tinha um contraplano. Hoje não tem mais isso, você edita a entrevista, mas o repórter hoje já constrói o texto dele de forma que o entrevistado entre complementando aquela informação. Antes deixava-se o entrevistado falar muito; hoje, pra deixar o jornalismo dinâmico são vários assuntos num tempo menor⁵⁰.

Nota-se nesta categoria, que ao longo do tempo os planos vêm sendo utilizados de modo mais consciente por parte do repórter cinematográfico – se antes fazia-se o que o equipamento permitia, hoje há possibilidade de se fazer registro imagético coerente com o texto verbal, enriquecendo o conteúdo levado ao telespectador.

Além disso, o fato de o *contraplano* ser totalmente abandonado demonstra acuidade no tratamento da imagem telejornalística, pois hoje vigora o entendimento de que deve-se evitar dramatizar o telejornal.

Tabela 2 - Quantidade de Planos Fixos utilizada nos VTs

	1983	1993	2013
Geral	2	4	11
Americano	19	8	12
Médio	2	6	12
meio-close	21	3	20
Close up	8	0	11
big close	0	1	3

⁴⁹ Entrevista concedida à autora em 11 de setembro de 2013 nas dependências da *TV Coroados*.

⁵⁰ Entrevista concedida à autora nas dependências da *TV Coroados*, em 11 de setembro de 2013.

Contraplano	0	0	0
Mergulho	23	5	14
contra-mergulho	0	3	7

Fonte: a autora

Os planos em movimento, como pôde-se examinar, sempre foram menos utilizados em relação às tomadas fixas. Isso porque o excesso de movimentação cansa e confunde o telespectador e, nas redações, apregoa-se que não se deve emendar um plano em movimento em outro. Embora esta última informação seja senso comum entre jornalistas hoje, nas décadas de 1980 e 1990, os planos em movimento e ópticos eram largamente utilizados em sequência, criando uma estética próxima à cinematográfica. Hoje, embora haja a preocupação em apresentar mais imagens paradas, o *Dolly*, em que a câmera se aproxima fisicamente do objeto é muito mais utilizado que em outras épocas. Este recurso, comum em programas policiais, dá a sensação de agilidade e tenta colocar o telespectador dentro da cena.

O crescimento de programas deste gênero vem tomando espaço e público do telejornal tradicional que, talvez buscando aproximar sua linguagem imagética a este segmento, objetive retomar a audiência perdida. Alberto D'angele, repórter da *RPC TV Coroados*, acredita que o desafio seja cobrir a editoria de polícia sem perder de vista a linha editorial da empresa. Ele lembra que no início dos anos 2000, a concorrência acirrada fez com que os telejornais tenham dado mais destaque a este tema.

Em alguns períodos a gente fez muita polícia, mas aquela coisa de falar assim 'foi morto mais um hoje', só que sem contextualizar quem era esse mais um, o contexto disso. Em 2002 e 2003 a gente fez muito disso pela ânsia da concorrência, tava todo mundo cobrindo polícia de um jeito absurdo, você também acabou entrando naquela sem ter muito tempo pra refletir sobre isso. Depois a gente passou a cobrir polícia com mais parcimônia, de cobrir contextualizando e não assim 'é mais um homicídio' ou seja, nem sempre a gente consegue, mas é tentar contextualizar isso. [...] Em Londrina, que nós temos uma influência de São Paulo muito forte, a demanda por noticiário policial é grande, então às vezes você acaba cobrindo muito isso. [...] Aqui se você tem uma semana com muito assunto de polícia o pessoal acaba acompanhando, acaba estando ligado na gente. O perfil do telespectador de Londrina é diferenciado, o perfil da nossa concorrência é diferenciado, então não dá pra você querer tocar o barco num caminho totalmente diferente dessa demanda⁵¹.

As tabelas comparativas entre os períodos explicitam o crescimento no uso do *Dolly* e mostram que a *Panorâmica* vem sendo usada de modo constante, sendo o plano em movimento mais empregado. Seu poder descritivo é de grande valia ao telejornalismo e,

⁵¹ Entrevista concedida à autora em 25 de julho de 2013 nas dependências da *TV Coroados*.

embora outras mudanças possam ser percebidas, a *Pan* continua importante para dar ao telespectador noção do ambiente e da pauta apresentada. Ana Cristina Vallada acredita que as mudanças na linguagem visual vêm para corroborar com a tentativa de dinamizar o TJ:

As imagens acompanharam essa tentativa de fazer da linguagem de TV uma linguagem mais próxima de quem nos assiste, mas tiveram que acompanhar também uma mudança no mundo, que é cada vez mais ágil, mas dinâmico. Assim, ganharam mais espaço os *takes* curtos, os planos-sequência, as câmeras subjetivas, as edições mais rápidas⁵².

Tabela 3 - Quantidade de Planos em Movimento utilizados nos VTs

	1983	1993	2013
Panorâmica	5	6	6
Tilt	2	4	2
Dolly	1	0	5
Travelling	0	2	1

Fonte: a autora

Na esteira dos planos em movimento, os planos ópticos também devem ser utilizados com cautela, pois podem confundir o telespectador pelo excesso de ação. Há 30 anos, no entanto, esta noção não parecia estar muito clara e este recurso pôde ser percebido o dobro de vezes em relação à atualidade.

Tabela 4 - Quantidade de Planos ópticos utilizados nos VTs

	1983	1993	2013
Zoom In	1	1	3
Zoom out	9	2	2

Fonte: a autora

Na década de 1980, a aproximação e o afastamento óptico das lentes fora amplamente utilizado, enquanto nos VTs estudados da década de 1990 prevaleceram imagens paradas. Nesta época, havia predominância do jornalismo austero e informativo praticado pelo *Jornal Nacional* e por outros TJs produzidos pelas cabeças de rede. Assim, o uso de imagens em movimento iria à contramão da estética pretendida e as tomadas estáticas foram privilegiadas.

⁵² Entrevista concedida à autora por e-mail, em 15 de janeiro de 2014.

Ao longo dos anos, tem-se notado que a dinâmica telejornalística agrada mais ao público e, por isso, em 2013 houve um discreto crescimento no número de *zoom in* e *zoom out*. Ossamu Nonaka acredita que a mudança de diretrizes na linguagem é benéfica à prática telejornalística.

Durante 40 anos, a *Globo* impôs o formato dos telejornais americanos. [...] era uma coisa encaixotada, que pra eles seria uma demonstração de imparcialidade. De 7,8 anos pra cá, embora o *Jornal Hoje* e o *Bom Dia* (Brasil) já usassem uma linguagem mais solta, os outros telejornais passaram a buscar sobriedade sem ser formal⁵³.

5.2 ELEMENTOS DE FORMATO DA NOTÍCIA TELEJORNALÍSTICA

Sabe-se que autores divergem acerca dos itens primordiais que devem constar para uma boa reportagem de TV, porém, oito são os que mais aparecem na bibliografia especializada: *trilha*, *cabeça*, *off*, *passagem*, *sonora*, *nota pé*, *BG* e *arte*. A *trilha*, ou *trilha sonora*, é a parte musical da matéria, quando a edição entende que o tema pede sonorização. Estudando os três períodos selecionados, percebeu-se a ausência da trilha em todas as matérias, isso porque, como recordam os entrevistados, o telejornalismo diário deve abarcar o *hard news*, ou seja, o factual e, muitas vezes, as pautas abordadas não comportam o uso de *trilha*, mais comum em outros formatos telejornalísticos. Além disso, o tempo escasso do *TJ* diário muitas vezes limita o aprofundamento de temas e a edição mais elaborada:

Como o fator tempo é muito importante para o telespectador, os telejornais diários se caracterizam pela brevidade e objetividade. É preciso aproveitar o tempo do telespectador, dando a ele o máximo de informação no menor espaço de tempo possível, sem que isso torne o telejornal demasiadamente superficial. Se uma determinada informação não interessar a um telespectador, ele continuará ligado porque sabe que, no minuto seguinte, virá uma outra notícia, possivelmente mais interessante. Se as notícias são longas, extremamente detalhadas, discutidas, aprofundadas, ele se cansa e muda de canal. Essas são, na minha opinião, as características básicas de um telejornal diário. Fora delas, existem inúmeros outros formatos, como entrevistas, debates, programas de grandes reportagens, etc. Esses ganham em profundidade, podem descer a detalhes, contextualizar, dar conhecimento completo sobre determinado assunto. Quando se pensa numa programação jornalística para um canal de TV é preciso levar todas essas características em consideração, isto é, ter telejornais diários para atender o consumo imediato de um público maior e outros tipos de programas para atender melhor, com mais profundidade, fatias específicas deste público⁵⁴.

⁵³ Entrevista concedida à autora nas dependências da *TV Coroados*, em 31 de julho de 2013.

⁵⁴ Wilson Serra, diretor de jornalismo da *RPCTV*, em entrevista por e-mail à autora em 8 de agosto de 2013.

A editora Maria José Volpini concorda com Serra, acreditando que muitas vezes o editor elege dar a notícia no dia, ainda que a edição fique prejudicada:

O jornal diário é o factual e se ele não for pro ar hoje ele já ficou velho. Hoje se eu tiver que editar uma matéria em 15 minutos pra botar no ar, o que importa é eu botar a notícia no ar; eu não vou ficar lá me martirizando porque aquela imagem tremeu um pouquinho, porque não era exatamente a imagem que precisava ir, ou porque não deu tempo de por a imagem e foi sem pro ar [...] mas eu dei a notícia. Eu preciso por a notícia no ar hoje, porque amanhã ela não é mais notícia. Eu prefiro a matéria no ar sem cuidado nenhum de edição do que aquela matéria *trabalhadinha*, naquele programa especial bonitinho. Você dá só a essência da notícia. O meu jornal é curto, meu espaço é curto, eu não vou ficar dando detalhes, os outros detalhes a pessoa vai ter que buscar informação, infelizmente é assim⁵⁵.

Neste sentido, o telejornal diário privilegia *VTs* dinâmicos e informativos, dando espaço para produções mais elaboradas quando a pauta foge ao corriqueiro – no ano de 2013, por exemplo, a *TV Coroados* comemorou 50 anos e uma série comemorativa entrevistou pessoas que fizeram a história da emissora. Neste caso, boa parte das reportagens contava com o “sobe som” e com uma edição mais bem produzida, pois o *feature*⁵⁶ permite este tipo de linguagem.

A *cabeça da matéria*, fator primordial para que o telespectador saiba o que vem a seguir sempre esteve presente nos telejornais, mas Volpini afirma que houve algumas transformações ao longo do tempo:

Lá nos anos 1980, a cabeça era bem curtinha, o texto era pequeno e logo entrava o VT, até porque os jornais eram menores, não havia tempo pra ficar fazendo cabeças longas, o importante era colocar o máximo de VTs. Hoje, nós temos duas tendências: a primeira é a da cabeça longa, com os apresentadores fazendo aquele “jogralzinho” fazendo uma introdução mesmo. Ou então, graças à tecnologia, temos muitas vinhetas pra chamar determinadas editorias, então às vezes só entra a vinheta e o VT logo em seguida, sem a cabeça⁵⁷.

O que se percebeu estudando as cabeças dos *VTs* selecionados de 2013 é que os apresentadores buscam hoje, por meio de um texto dialogado e informal, interagir virtualmente com o público, trazer informações relevantes e instigá-lo a acompanhar a matéria subsequente. Embora o material coletado dos anos anteriores não estivesse com as cabeças, Volpini afirma que elas sempre estiveram presentes em todos os telejornais diários, sempre chamadas pelo apresentador no estúdio. Hoje, a ancoragem do telejornal pode ser

⁵⁵ Entrevista concedida à autora nas dependências da *TV Coroados*.

⁵⁶ Material jornalístico produzido, com mais tempo e produção mais minuciosa que o *hard news* convencional.

⁵⁷ Entrevista concedida à autora em 11 de setembro de 2013, nas dependências da *TV Coroados*.

compartilhada com o repórter direto da cena dos acontecimentos, ou seja, apresentador em estúdio e repórter em campo leem as cabeças e fazem uma apresentação bastante distinta do que ocorria até meados dos anos 1990, quando a precariedade tecnológica impedia que este tipo de link pudesse ser sustentado ao longo de todo o *TJ*.

O *off*, texto lido pelo repórter sem que este esteja em quadro também é onipresente em todas as épocas analisadas, entretanto, a linguagem verbal foi sendo bastante modificada, caminhando em direção ao “diálogo” com o público. Sem nos ater a este item do ponto de vista da Linguística, é importante salientar que houve mudanças significativas:

A linguagem foi mudando ao longo do tempo. O texto ficou mais simples, mais direto, mais oral. Procuramos não usar aqui na *Globo*, por exemplo, a palavra “familiares”. Preferimos dizer que os “parentes” estiveram na festa. Ou ainda que as pessoas “esperam” o ônibus e não que “aguardam”. O que a gente quer é escrever como as pessoas falam, deixar o texto menos formal tentando não empobrecer demais a escrita⁵⁸.

As *sonoras* também são comuns a todas as matérias, tanto nas décadas de 1980, 1990 e mais recentemente, em 2013. Entretanto, enquanto em 1983 cada *VT* contava com no máximo uma entrevista, hoje a pluralidade fica evidente: na soma das 3 matérias de 2013, foram 12 *sonoras*, demonstrando uma tentativa do telejornalismo contemporâneo em dar voz não apenas às autoridades, mas à própria população, que costuma ser ouvida também por meio de enquetes. Nonaka recorda que as limitações técnicas contribuía para a falta de entrevistados:

Tínhamos uma só câmera com som e 4 ou 5 “mudinhas”. Com o filme só se grava uma vez e custava caro, as *sonoras* eram muito criteriosas para ser feitas e eram aproveitadas ao máximo.

A *passagem*, hoje considerada fundamental, evidenciando a presença do repórter no palco dos acontecimentos, nem sempre foi usada. Na década de 1980 nenhum dos *VTs* analisados contava com a aparição do repórter, apenas sua mão segurando o microfone ou ao lado de um entrevistado. Ossamu Nonaka credita esta ausência à parca tecnologia da época, afirmando que apenas no final da década de 1970 é que começou a surgir “essa coisa do repórter aparecer no vídeo” e muito tempo depois vieram os *Stand-Ups* e os *Stand-Ups* com *sonora* e, posteriormente com imagens. Em Londrina, estas mudanças demoraram um

⁵⁸ Ana Cristina Vallada em entrevista à autora por e-mail, em 15 de janeiro de 2014.

pouco mais para serem adotadas, pois a falta de equipamentos dificultava a adoção de uma linguagem telejornalística mais elaborada:

O vídeo só foi aparecer em Londrina no final do ano de 1980, quando Curitiba cedeu uma câmera já bem usada; a partir daí, aos poucos, o filme começou a ser substituído pelo vídeo⁵⁹.

A *nota retorno*, também chamada de *nota pé*, é a parte da matéria lida pelo apresentador logo após a exibição do *VT*. Volpini afirma que, assim como a *cabeça*, a *nota retorno* sempre existiu, e seu uso também era condicionado à disponibilidade de tempo. Hoje, como constatou-se, a *nota pé* é bastante utilizada, especialmente para dar informações de serviço, demonstrando que os telejornais devem voltar sua prática justamente a este tipo de postura:

O cidadão quer serviço, quer saber sobre a sua cidade. Cada vez mais, as redes querem ampliar os telejornais locais com essa visão, sabendo que o público quer saber sobre o seu vizinho⁶⁰.

Esta postura demonstra que o telejornalismo local vem ganhando cada vez mais credibilidade junto ao público e suas características serão comparadas com o telejornalismo nacional mais à frente.

O *BG*, ou som de fundo, é de fundamental importância para situar o telespectador acerca da pauta exibida. Todavia, até meados dos anos 1990, a falta de câmeras com microfone externo capaz de captar o som ambiente acarretava em matérias cujos únicos sons eram do repórter ou entrevistados. Hoje, a totalidade dos *VTs* conta com este recurso de ambientação. Neste sentido, percebe-se que a evolução tecnológica tem impactado sobremaneira as transformações na linguagem telejornalística, sobrepondo-se à intencionalidade comunicativa de repórteres e editores.

A *arte*, o último elemento de formato da notícia telejornalística é, provavelmente, o elemento que mais trouxe mudanças para o formato de apresentação da notícia para a TV. As redações 100% computadorizadas só foram viabilizadas no início dos anos 2000 – não apenas nas praças menores, mas também nas cabeças de rede. Antes disso, até mesmo exibir os créditos era um trabalho artesanal:

⁵⁹ Ossamu Nonaka em entrevista à autora em 31 de julho de 2013, nas dependências da *TV Coroados*.

⁶⁰ *Idem*.

Nós tínhamos um departamento de arte e tinha um rapaz que todos os dias cortava as letrinhas em um papel branco chamado *Letra Sete*, que era adesivo. Depois de prontas, as letras eram coladas em uma cartolina preta e afixadas em uma parede. Quando o jornal ia *pro ar*, tinha uma câmera focalizando nessa parede e quando a pessoa aparecia, a gente mixava a imagem da pessoa com o crédito dela. Com os repórteres, apresentadores e aqueles entrevistados de sempre, a gente tinha uma caixinha já pronta com essas plaquinhas; os outros, a gente passava todo dia *pro* departamento de arte fazer, era manual mesmo⁶¹.

Se a exibição dos *créditos* já era bastante trabalhosa, outros recursos ainda nem existiam, como a *previsão do tempo*, por exemplo. Hoje, *indicadores, tabelas, gráficos e mapas* são inseridos nos VTs com frequência diária, como demonstram as tabelas abaixo.

Tabela 5 - Elementos de formato da notícia telejornalística nos VTs

	1983	1993	2013
Cabeça	3	0	0
Off	3	3	3
Passagem	0	3	3
Sonora	3	3	2
nota pé	*	5	12
BG	0	**	1
Arte	0	0	3
Trilha	1	0	10

fonte: a autora

* A presença da nota pé não pôde ser comprovada pela ausência de material de estúdio do ano de 1983 nos arquivos da emissora.

** A presença do BG não pôde ser comprovada pela ausência de VTs no ano de 1993 nos arquivos da emissora.

5.3 ELEMENTOS GRÁFICOS

Tabela 6 - Elementos gráficos utilizados nos VTs

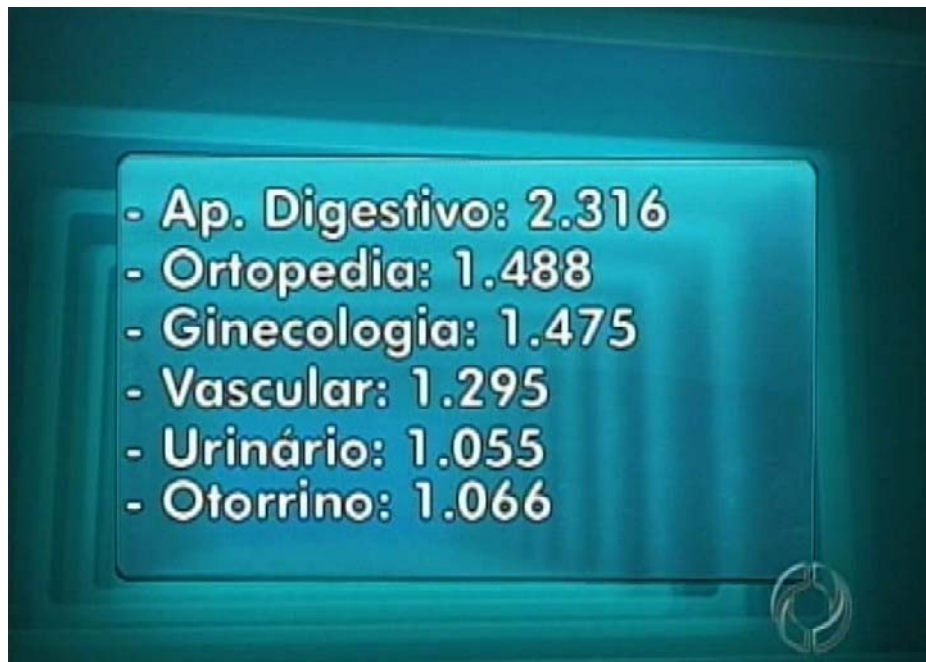
	1983	1993	2013
Indicadores	0	0	5
Selos	0	0	0

fonte: a autora

Os elementos criados por meio da computação gráfica hoje têm função que vai além da estética – ajudam a complementar e a ilustrar informações que muitas vezes carecem que imagens ou são abstratas, como dados numéricos ou reconstituições de acidentes, por exemplo.

⁶¹ Maria José Volpini, em entrevista à autora em 11 de setembro de 2013.

Imagens 1, 2, e 3 – Uso de Elementos Gráficos em VTs de 2013





Embora o uso do selo não tenha sido contabilizado nos telejornais estudados de 2013, estes têm espaço garantido em outras edições e é prática comum nos telejornais diários. Indicadores tais como gráficos e tabelas são exibidos com frequência e passaram a fazer parte da linguagem telejornalística atual.

5.4 ELEMENTOS DE CONTEÚDO: A ESCOLHA DAS PAUTAS

Nos capítulos anteriores, ficou clara a distinção entre o que é assunto levando em conta as características de cada telejornal. Sem dúvida, o primeiro critério a ser considerado deve ser o interesse público em relação à pauta abordada e, em telejornais locais e regionais este valor-notícia é bastante diverso quando comparado a noticiários nacionais. Sabe-se que o *TJ* local ou regional deve priorizar temas que tenham impacto direto na comunidade, ou seja, exibir notícias que abordem fatos ocorridos nas cidades de sua abrangência.

Os telejornais nacionais, por outro lado, “devem priorizar pautas de interesse nacional, como política e economia, por exemplo⁶²”. Por abarcar toda a nação, Fábio Donadone acredita que é preciso haver equilíbrio entre os temas. “Esse leque deve ser grande o suficiente para colocar reportagens de educação, cultura, economia, polícia em um mesmo dia⁶³”.

⁶² Ossamu Nonaka, em entrevista à autora nas dependências da *TV Coroados*, em 31 de julho de 2013.

⁶³ Entrevista concedida à autora por e-mail, em 27 de julho de 2013.

Em 1983, duas das três matérias selecionadas abordavam temas locais, como a falta de professores no início do semestre letivo na Universidade Estadual de Londrina e a construção de tanques para a criação de peixes na cidade de Apucarana, vizinha à cidade-sede da *TV Coroados* e audiência do telejornal. Uma outra reportagem, entretanto, pormenorizou a vida da atriz americana Marilyn Monroe, entrevistando um fã e mostrando sua coleção de objetos referentes a ela. Embora o entrevistado fosse da região, o foco da reportagem – a mais longa das três, inclusive, era vida e obra de Marilyn, o que demonstra a falta de um posicionamento claro a respeito do direcionamento dos telejornais da época para seu público.

Em 1993, novamente, dois terços do material estudado versavam sobre temas locais: o primeiro VT tratava de uma feira de imóveis promovida na cidade de Londrina e o segundo sobre a superlotação que levou o presídio da mesma cidade a uma rebelião. O terceiro, no entanto, outra vez trazia personagens locais para falar de um tema nacional, o acúmulo do prêmio da “Sena”. Apenas em 2013 é que todas as matérias exibidas eram locais ou regionais, não apenas em relação às personagens, mas aos temas abordados.

Outra tendência observada por Ana Cristina Vallada é participação do público na produção noticiosa:

A mudança na escolha das pautas é bem clara. A opinião e a participação do telespectador foi ganhando espaço com o passar dos anos. Quando comecei, as pautas eram muito baseadas no material enviado pelas assessorias de imprensa. Hoje, é até desejável que as ideias venham da rua, da observação da própria equipe de reportagem ou encaminhadas por telespectadores. E eles participam muito. Mandam emails, telefonam, mandam vídeos e fotos, sugerem temas, cobram providências do poder público⁶⁴.

Esta interatividade observada por Vallada pode ser creditada ao avanço das tecnologias informáticas e, em especial, à internet, abordada mais à frente.

Tabela 7 - Elementos de conteúdo – a escolha de pauta no VTs

Ano	VT	Conteúdo
1983	1	Construção de tanques para a criação de peixes na Cidade de Apucarana; o objetivo seria a criação de uma cooperativa para a venda de tais peixes.
1983	2	A história de Marilyn Monroe e a coleção de um fã com objetos relativos à ela.
1983	3	A falta de professores na UEL para o início do semestre.
1993	1	Feira de imóveis em Londrina.

⁶⁴ Entrevista concedida à autora por e-mail, em 15 de janeiro de 2014.

1993	2	Acúmulo do prêmio da “Sena”.
1993	3	Rebelião na Cadeia Pública de Londrina e a superlotação da mesma.
2013	1	A demora na realização de cirurgias pelo SUS na região de Londrina.
2013	2	A fuga de detentos do 4º Distrito Policial de Londrina.
2013	3	O aumento no número de casos de dengue no Paraná e as medidas preventivas em Paranaíba.

fonte: a autora

Ao longo destes 30 anos de telejornais sobre os quais a análise se dedicou, emissoras e jornalistas perceberam que ao privilegiar o noticiário local, a audiência tende a demonstrar mais interesse, pois o que é exibido pode ter impacto direto em seu cotidiano. De acordo com Luiz Artur Ferraretto (2001), os principais itens a ser considerados para elevar uma ocorrência ao status de notícia são: atualidade, proeminência, universalidade e proximidade. O último fator é o que privilegia as informações mais próximas do público quanto possível.

Um jornal local tem que ser porta-voz da população, tem que levar as demandas dela ao poder público e cobrar providências. A gente vê que as coisas acontecem quando a gente mostra, quando a gente cobra, quando a gente denuncia. Num mundo ideal, os governantes cumpririam seu papel e não precisaríamos mostrar tudo isso. Acontece que estamos longe do mundo ideal, numa democracia ainda em construção, formando a consciência das pessoas sobre o que é direito delas. Ao mostrar o que precisa ser feito na cidade e exigir que o serviço seja feito direito e a preços justos e honestos, estamos dando nossa contribuição para educar a população e melhorar a vida das pessoas. Também acho que cabe ao jornal local dar informações que contribuam com o telespectador imediatamente, já que não é mais preciso estar em casa, na frente na TV, para ver um telejornal⁶⁵.

5.5 FORMATOS DE APRESENTAÇÃO DO TELEJORNAL

Os apresentadores, como bem lembra Beatriz Becker (2005), têm a responsabilidade de ligar o telespectador ao conteúdo da transmissão; é deles também o papel de garantir a audiência do telejornal não apenas a algumas matérias, mas em todo o telejornal. Por isso, entende-se que analisar suas postura, vestimenta e vocabulário é de suma importância para verificar as mudanças ao longo do tempo, percebendo como os telejornais se configuram na atualidade. À parte do vocabulário (que merece ser estudado individualmente em outra oportunidade), verificam-se significativas mudanças em relação aos parcos 51

⁶⁵ Ana Cristina Vallada, em entrevista à autora, por e-mail em 15 de janeiro de 2014.

segundos obtidos nos arquivos da *TV Coroados* para o ano de 1983 e a apresentação atual dos telejornais.

Uma vez adotado o modelo norte-americano de fazer e exibir telejornal, o uso da bancada parecia ser condição imprescindível para a apresentação em estúdio – aliás, o uso do estúdio, tal qual em programas de entretenimento, também era unanimidade nos idos de 1980. Uma *tapadeira* de coloração sóbria com o logotipo do *TJ* era pano de fundo para o apresentador que, sentado e enquadrado em meio-close, narrava as notícias sem o auxílio do *teleprompter*⁶⁶.

Além disso, suas roupas eram o que se considerava socialmente como o mais formal: paletó fechado, camisa social totalmente abotoada e gravata. O cabelo também muito bem penteado e o posicionamento das mãos em tom grave completavam a figura do típico apresentador de telejornal, uma figura austera e, pretensamente, imparcial.

Imagem 4 - Apresentação do telejornal em 1983



Na década seguinte, um vídeo de 1995 mostrava os apresentadores em sua maioria com roupas sóbrias e igualmente posicionados frente a uma bancada, enquadrados em meio-close ou em plano de conjunto.

⁶⁶ “Aparelho que permite a reprodução do script sobre a câmera, facilitando a leitura do apresentador” (BARBEIRO, 2002, p. 198).

Imagem 5 - Apresentação do telejornal em 1995



Em 2002, o cenário passou por transformações e trazia imagens da cidade de Londrina ao fundo, o que demonstra uma preocupação incipiente com a necessidade de identificação entre público e TJ; entretanto, o posicionamento da apresentadora atrás da bancada e o formalismo da vestimenta eram semelhantes ao que se via nas décadas anteriores.

Imagem 6 - Apresentação do telejornal em 2002



A busca pela informalidade – tônica das emissoras nos últimos anos – refletiu-se também neste âmbito e aos poucos a formalidade tem sido deixada de lado em favor de uma apresentação mais livre. Atualmente, os apresentadores têm a bancada, mas em momento algum a utilizam enquanto tal, fazendo-a unicamente de amparo para o *script*. Estão a todo tempo circulando pelo estúdio, gesticulando e sendo enquadrados em planos que vão do americano ao close. Além disso, dispõem de uma “sala de estar” com poltronas para receber convidados de estúdio.

Imagens 7, 8 e 9 – Apresentação do telejornal em 2013





Wilson Serra acredita que “a TV descobriu que a ‘nova sociedade’ não se satisfaz mais só ouvindo e vendo as notícias. Ela quer mais, ela quer conversar, ela quer participar. O desafio, agora, é ‘contar uma história’ que leve o telespectador para ‘dentro da notícia’”⁶⁷.

Quanto à vestimenta, o terno continua presente, mas a gravata foi abolida, assim como a obrigatoriedade de semblantes sisudos – os apresentadores sorriem, tecem comentários a respeito das reportagens e “conversam” com o público de modo bastante informal. Fábio Silveira⁶⁸, jornalista político e comentarista do *Paraná TV*, afirma que a indumentária menos formal tanto de repórteres quanto de apresentadores tem papel importante na construção da informalidade pretendida pelas emissoras.

É importante salientar que, embora novas possibilidades estejam sendo testadas, ainda não há consenso em relação ao formato mais adequado, como pontua Donadone:

Na *TV Cultura*, quando trabalhei lá, o *Jornal da Cultura* buscou um novo jeito com apresentadores se movimentando, sem *teleprompter*, mas os resultados não foram bons. A *CNN*, por exemplo, tem um formato de apresentadores em pé, isso chama a atenção. Todos buscamos um novo jeito, mas ainda não se chegou a uma fórmula⁶⁹.

⁶⁷ Entrevista concedida à autora por e-mail, em 27 de julho de 2013.

⁶⁸ Em entrevista concedida à autora nas dependências do *Jornal de Londrina* (veículo do *GRPCOM*) em 31 de julho de 2013.

⁶⁹ Entrevista concedida à autora por e-mail em, 27 de julho de 2013.

Comparando os três períodos analisados, conclui-se que no que tange à apresentação tem-se tentado aproximar o telespectador por meio dos mais variados recursos, entretanto, ainda não há um formato cristalizado para atrair a audiência.

Tabela 8 - Apresentação do telejornal

1983	Posicionamento	Sentado, enquadrado em meio-close, sem que a bancada pudesse ser vista
	Vestimenta e aparência	Uso de terno e gravata sóbrios e cabelos bem penteados para os padrões da época
1995	Posicionamento	Apresentadores sentados, sem que houvesse a visualização da bancada, em meio-close.
	Vestimenta e aparência	O apresentador utilizava terno e gravata sóbrios, uma das apresentadoras vestia blazer e tinha cabelos curtos e a outra vestia uma blusa vinho de manga longa e cabelos longos penteados para trás
2013	Posicionamento	Sem posicionamento fixo: em pé, ora em meio-close, ora em plano americano ou médio, circulando pelo estúdio
	Vestimenta e aparência	Homem: social, mas com o paletó aberto e sem gravata; Mulher: ora de terninho, ora com vestuário mais despojado

Fonte: a autora

5.6 ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DO TELEJORNAL

Além de todos os elementos até aqui apresentados, existem quinze componentes que dão ao telejornal suas características distintivas. A *vinheta*, em primeiro lugar, mostra prontamente ao telespectador que determinado *TJ* está começando, é o primeiro ponto de identificação e ancoragem; os *blocos*, ou partes do noticiário separados por um intervalo comercial, são responsáveis por organizar as notícias e situar a audiência quanto aos assuntos abordados; o intervalo comercial serve justamente para dar “fôlego” entre um bloco e outro, mantendo o jogo de tensão e relaxamento proposto por Beatriz Becker (2005) e já explorado nos capítulos anteriores; a *escalada* normalmente o primeiro elemento após a *vinheta de abertura*, elenca os destaques da edição do dia e deve prender a atenção de quem à

assiste; o *teaser* é a *chamada* feita pelo apresentador (ao longo da programação, dentro do telejornal ou na *passagem de bloco*) para que o público fique atento às próximas notícias.

Ele é composto de texto e imagens; a *chamada* assim como o *teaser*, deve “provocar” o telespectador, mas se vale apenas do texto do apresentador e de sua imagem no vídeo; a *passagem de bloco* é uma ramificação da chamada, mas ao contrário da outra, sempre precede um intervalo comercial; a *cabeça*, como o próprio nome sugere, deve ser o princípio do *VT*, sem trazer informações que serão abordadas pelo repórter, precisa ser suficientemente atrativa para a audiência; a *nota* divide-se em *coberta* ou *pelada*, e transmite uma informação sem a necessidade de um *VT* completo; a *lapada* é a compilação de *notas* lidas pelo apresentador acerca de temas variados; a *entrevista em estúdio* deve trazer ao público alguém que seja autoridade no tema abordado ou tenha alguma informação relevante que ainda não foi dada ao longo do telejornal; o *Stand up* é quando o repórter se posiciona em pé, frente à câmera e narra os fatos tendo ou não auxílio de imagens; o *link* se assemelha ao *Stand up*, entretanto é ao vivo, enquanto o outro é gravado, ele pode ou não ter entrevistados.

O *comentário* ocorre quando apresentador, repórter ou comentarista emitem juízo de valor a respeito de determinado tema, podendo refletir seu posicionamento pessoal ou da emissora. Por fim, o *VT (videoteipe)* é a matéria telejornalística clássica, com todos (ou pelo menos boa parte) dos elementos do *VT* abordados anteriormente.

Ao observar o telejornal de 1983, percebeu-se que apenas sete dos quinze itens eram encontrados na totalidade dos telejornais. A vinheta de abertura existia, mas os escassos recursos tecnológicos contrastam com o que hoje é apresentado.

Imagem 10 - Frame de parte da vinheta de abertura do telejornal em 1983



Imagem 11 - Frame de parte da vinheta de abertura do telejornal em 2013



Maria José Volpini afirma que a *passagem de bloco*, por exemplo, era rara tendo em vista que os jornais eram curtos (especialmente os locais) e eram apresentados apenas em um único *bloco*. Neste sentido, a falta de tempo era imperativa e elementos como *entrevistas de estúdio*, *Stand up*, *notas* e *lapada* eram raros ou simplesmente não existiam. A falta de tecnologia também não permitia as inserções “ao vivo” chamadas de *link* e havia a priorização de *VTs*; *notas* também eram escassas. O *teaser* só era apresentado uma vez ao dia, no intervalo de uma das novelas e as entrevistas de estúdio também eram pouco comuns, apenas telejornais com mais tempo disponível (como o *Bom Dia*) dispunham deste elemento:

Tabela 9 - Elementos constitutivos do telejornal

	1983	1995	2013
Vinheta	Sim	Sim	Sim
Blocos	Sim	Sim	Sim
Intervalo	Sim	Sim	Sim
Escalada	Sim	Sim	Sim
Teaser	1 vez	Sim	Sim
Chamada	Sim	Não	Sim
Passagem de bloco	Raramente	Raramente	Sim
Cabeça	Sim	Sim	Sim
Nota	Não	Sim	Sim
Lapada	Não	Sim	Sim
Entrevista de estúdio	Raramente	Sim	Sim
Stand up	Raramente	Sim	Sim
Link	Não	Sim	Sim
Comentário	Não	Não	Sim
VT	Sim	Sim	Sim

fonte: a autora

Em 1993, doze dos quinze elementos já estavam presentes, e à exceção dos itens não utilizados por falta de tempo, apenas o comentário continuava vetado pela *Globo*, que buscava linguagem bastante rígida e pretensamente imparcial. Uma entrevista de estúdio de 1995 pôde ser encontrada nos arquivos da emissora e, por meio dela, tem-se uma perspectiva do que era praticado na década de 1990, com o apresentador sentado ao lado do entrevistado na bancada, ambos enquadrados em plano de conjunto.

Imagem 12 – Entrevista de estúdio de 1995



Em 2002, outra entrevista de estúdio foi resgatada e algumas transformações puderam ser percebidas: desta vez, apresentador e entrevistado estavam em lados opostos da bancada e o cenário era bastante evidente.

Imagem 13 – Entrevista de estúdio de 2002



Por fim, em 2013 todos os elementos passaram a ser amplamente utilizados, inclusive no quesito opinião: além dos apresentadores poderem emitir seus pareceres, Fábio Silveira comentarista político, foi contratado especialmente para comentar semanalmente os fatos desta editoria. Para ele, a internet sempre estará um passo à frente no quesito velocidade, portanto, os outros meios precisam trazer ao público o diferencial buscado no jornalismo opinativo:

O jornalismo impresso hoje, se não tiver uma interpretação, uma opinião, ele vai apanhar de goleada para a internet, ele não vence no factual – e isso acaba extravasando para as outras esferas do jornalismo. O comentarista é muito mais próximo do publicista [*sic*] do que do jornalista, porque o publicista é um orientador de opinião, então as pessoas vão buscar essas opiniões pra ir se balizando e formas as suas próprias⁷⁰.

Imagens 14 e 15 – O Comentarista Fábio Silveira em sua coluna política no telejornal em 2013



⁷⁰ Entrevista concedida à autora nas dependências do Jornal de Londrina (empresa do GRPCOM) em 31 de julho de 2013.



Além disso, Silveira acredita que ao privilegiar a política local em sua coluna, atrai o telespectador que poderia migrar para programas de cunho policial, pois estes costumam veicular conteúdo referente à cidade em que são produzidos. “em termos locais, é preciso dizer qual é o problema político que está ocorrendo aqui, para o telejornalismo local a saída é a regionalização”⁷¹.

As entrevistas de estúdio ganharam destaque neste ano e a informalidade também perpassa este quesito. Agora, os apresentadores saem da bancada para dividir poltronas como se estivessem em uma sala de estar e constroem um diálogo com o entrevistado.

⁷¹ Idem.

Imagem 16 – Entrevista de estúdio de 2013



5.7 INTERATIVIDADE

Além da regionalização, outro fator de atração da audiência é a interatividade. Até a década de 1990, as únicas formas de o telespectador se comunicar com as emissoras era por meio de carta ou telefone fixo, o que tornava a interação bastante morosa. Hoje, a internet presente até em celulares e demais dispositivos móveis permite que a troca de informações e opiniões seja instantânea e interfira na programação.

No Paraná TV 1ª Edição, além das tradicionais sugestões de pauta por telefone, a interatividade com o telespectador é incentivada por outras vias: através do site da emissora é possível assistir aos vídeos exibidos no telejornal, deixar comentários e sugerir temas.

Imagem 17 – Incentivo à interatividade por meio do site do telejornal em 2013



Por meio do site ou telefonema pode-se também agendar uma visita à redação e assistir ao telejornal ao vivo e dentro do estúdio, o que demonstra disposição da emissora em estreitar os laços entre a equipe de produção e a audiência.

Imagem 18 - Público vai ao Estúdio assistir ao Paraná TV ao vivo em 2013



Todos os jornalistas entrevistados para esta pesquisa são unânimes ao afirmar que a rede mundial de computadores veio para modificar sobremaneira o telejornalismo, tanto em sua feitura quanto em sua transmissão e recepção. Atualmente, o

público está consciente de seu papel nos meios de comunicação e não espera passivamente pela transmissão das informações pelos grandes veículos:

Aos poucos, a sociedade foi percebendo que, com a democracia, ganhou não só a liberdade de opinião e de escolha, mas também o direito de participar. Com isso, a “comunicação de um para muitos” perdeu espaço para a “comunicação de muitos para muitos”. Acabou o tom formal, professoral. Surgiu o informal. Chegaram as redes sociais⁷².

E com as redes sociais, o jornalismo de TV passou a se pautar por meio dos assuntos discutidos por internautas e a lógica de imposição de assuntos pela TV foi subvertida, como acredita Fábio Silveira:

A internet nunca funcionou tanto como contrapeso ao jornalismo quanto agora. Ela não serve de apoio ao jornalismo, ela já está dialogando com ele em outro nível. A internet virou o jogo, ela tem vida própria, ela não dá apenas interatividade, ela pauta o jornalismo. A internet não sugere mais pautas pra TV, ela impõe. Mesmo que seja a vovozinha lá que não está antenada na rede, ela vai conviver com pessoas que estão formando opinião ali na internet⁷³.

Wilson Serra ratifica, ao afirmar que a rede agilizou não apenas a forma como o telespectador se relaciona com o telejornal, mas também a transmissão de material captado em ambiente externo:

A Internet que, no princípio, muitos julgavam uma concorrente, hoje se consolida como uma grande aliada. É através dela que as equipes de reportagem mandam materiais da rua, sem precisar se deslocar de carro até a emissora para entregar um disco de imagens. É através dela, também, que o telespectador participa dos telejornais, não só enviando opiniões, sugestões de matérias, mas gerando imagens que vão para o ar nos telejornais.

Este fator, somado à regionalização das pautas, delinea os caminhos que o telejornalismo atual vem trilhando na busca por retomar a audiência perdida para outros meios. Embora a internet possa funcionar como aliada em determinados momentos, sabe-se que seu crescimento se deve à custa da perda da audiência de outros meios, em especial, a televisão:

Nós temos que estar buscando constantemente caminhos de dar a notícia que conquiste o telespectador, porque hoje você tem a concorrência da internet e outras mídias, redes sociais e é uma concorrência pesada e você precisa então, prender esse público. Fazendo aquele jornalismo que se fazia antigamente, paradinho lá, falando, falando, falando a notícia, você não vai prender nunca a atenção dessas pessoas, você tem que acompanhar essas mudanças, na tua linguagem, na forma de

⁷² Wilson Serra em entrevista concedida à autora por e-mail em 8 de agosto de 2013.

⁷³ Em entrevista concedida à autora nas dependências do Jornal de Londrina (veículo do GRPCOM) em 31 de julho de 2013.

apresentar. O rádio já passou por isso, houve uma época que era só rádio; quando a TV chegou ela tomou conta, mas nem por isso o rádio deixou de existir. A TV agora está passando por essa concorrência das redes sociais, de outras mídias, mas isso não significa que ela vai desaparecer também. Ela vai ter o espaço dela, ela tem que buscar uma linguagem para se manter nesse espaço e é isso que o telejornalismo busca hoje com essas mudanças todas que a gente vem tentando – na forma de apresentar jornais, de tentar ser mais solto, de tentar conversar, de trazer o público pra dentro da televisão – são todas experiências para evoluir essa linguagem do jornalismo televisivo.

O barateamento dos serviços de internet de terceira geração (3G) e a expansão de celulares com acesso à rede são fatores de impulsão para que a televisão divida público com o novo meio – pesquisa da Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil) apontou que o serviço de banda larga cresceu 37% de 2012 para 2013⁷⁴. Entretanto, pesquisa IBOPE⁷⁵ de 2012 apontou que 43% das pessoas que navegam na internet assistem à TV ao mesmo tempo, o que mostra que a TV é parte integrante da cultura brasileira e continua a exercer seu papel de entreter e informar.

A Internet mudou o mundo, não só o telejornalismo. As relações interpessoais mudaram radicalmente e a via entre a TV e o telespectador ficou muito mais curta. Ficou fácil para o telespectador pedir uma reportagem sobre um problema no posto de saúde ou enviar um vídeo sobre a chuva de ontem. Todo jornal tem um site e um canal (ou muitos) pra isso. Ficou fácil também para o jornal fazer uma enquete, ouvir o telespectador, colocar no ar a opinião da população e o material produzido por ela. O fato é que a tecnologia criou milhões de “jornalistas” que têm nos telefones celulares a câmera e o microfone e na Internet o meio para divulgação. A emissora se aproxima das pessoas quando consegue aproveitar isso⁷⁶.

Obviamente, os empresários de telecomunicação não estão alheios à nova tendência e, cada vez mais, as emissoras lançam mão de recursos da web para atrair audiência; no telejornalismo, a convergência tem se mostrado uma boa saída e novos modos de se fazer telejornalismo têm ganhado visibilidade. Além deste, outros fatores apresentaram significativa mudança desde os anos 1980 até a atualidade. De modo geral, além da tecnologia que propiciou transformações na captação e edição de imagem, estética de cenários e uso de grafismos, no que se refere ao conteúdo, as emissoras concluíram que dar espaço às pautas locais e regionais seria a forma mais coerente de atrair a audiência.

O telejornalismo, como apontado nos capítulos introdutórios, é tão dinâmico quanto a sociedade em que está inserido e, portanto, encontra-se em constante mutação e

⁷⁴ Pesquisa divulgada em 2013 e publicada no jornal Folha de Londrina na editoria “Folha Economia” de 2 de julho de 2013.

⁷⁵ Pesquisa IBOPE acessada pelo Portal Imprensa <<http://portalimprensa.uol.com.br/noticias/brasil/53770/radio+tem+penetracao+22+menor+do+que+a+tv+nos+lares+brasileiros+diz+ibope>> acesso em 8 de julho de 2013.

⁷⁶ Ana Cristina Vallada, em entrevista à autora por e-mail, em 15 de janeiro de 2014.

atualização a fim de acompanhar as transformações de uma sociedade cujos membros são cada vez mais influenciados pelos novos meios.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pensar o telejornalismo no Brasil significa, ainda hoje, refletir acerca do principal meio de informação dos brasileiros. O barateamento dos serviços de internet de terceira geração (3G) e a expansão de celulares com acesso à rede são fatores de impulsão para que a televisão divida público com o novo meio. Obviamente, os empresários de telecomunicação não estão alheios à nova tendência e, cada vez mais, as emissoras lançam mão de novos recursos para atrair audiência.

Com o intuito de verificar as características particulares do telejornal, a pesquisa buscou em diferentes épocas o que de mais significativo marcara o jornalismo televisivo. Notou-se que na década de 1950, o formato radiofônico era predominante, pois, à guisa de países europeus onde a TV fora herdeira do cinema, aqui, os profissionais eram originalmente radialistas, o que contribuiu para a precariedade da linguagem telejornalística durante seus primeiros anos.

Na década seguinte, quando o telejornalismo poderia alçar novas tentativas, o golpe militar coibiu o conteúdo veiculado e pouco a TV pode se transformar, à exceção de programas como *Pinga-Fogo* e *Jornal de Vanguarda*. No final da década de 1960 entraria no ar pela primeira vez o *Jornal Nacional* que, embora também estivesse amordaçado pela censura instituiu uma linguagem telejornalística até então incipiente no Brasil.

Posteriormente, nos anos 1970, outros formatos foram introduzidos pela *Rede Globo*, como o *Fantástico* e o *Globo Shell Especial*, hoje *Globo Repórter*. Nesta época, a emissora também se tornou líder de audiência, deixando para trás não apenas a pioneira *TV Tupi*, mas a forma precária de se fazer telejornalismo.

Com a entrada de outras emissoras na década de 1980, a linguagem telejornalística sofreu novas transformações – por um lado, TVs para um público elitizado priorizavam a exibição de documentários e reportagens de cunho político, enquanto as populares investiam em programas sensacionalistas e exploravam casos policiais. A constante queda na credibilidade desse tipo de programação fez com que a entrada dos anos 1990 fosse marcada pela tentativa de angariar público por meio do jornalismo opinativo personificado na figura do âncora.

Nesta época, o telejornal puramente informativo perdeu terreno e comentaristas passaram a contextualizar os acontecimentos exibidos. Entretanto, resquícios da década anterior puderam ser detectados em programas das emissoras *Record* e *SBT*. Até

mesmo a *Rede Globo* cedeu à possibilidade de aumentar sua audiência por meio do uso constante de câmeras escondidas e da escolha de pautas policiais.

Também na segunda metade da década de 1990 a TV por assinatura começou a se popularizar e o primeiro canal exclusivo de notícias, a *Globo News*, contribuiu para o aprimoramento da linguagem telejornalística. Nesta mesma época, a internet começou a ser inserida na vida dos brasileiros e a televisão precisou se reinventar para se manter na liderança dos meios de comunicação no Brasil.

Traçando um panorama desde o início do primeiro telejornal, *Imagens do Dia* até a variedade levada ao ar atualmente, percebeu-se que os telejornais diários, de modo geral, apresentam características comuns que formam o que aqui chamamos de linguagem. Este conceito, emprestado da linguística, foi reformulado para esta pesquisa e tomado a partir dos 51 itens identificados e englobados em nove categorias, o que permitiu melhor compreensão acerca das propriedades deste formato, que em muito se distingue dos outros, também aqui apresentados.

Embora algumas particularidades possam ser observadas, evidenciou-se que o TJ diário neste país era essencialmente informativo até a introdução do âncora no final dos anos 1980 e início de 1990. Percebeu-se também que a apresentação, que antes contava com pessoas estáticas ante uma bancada e um cenário rudimentar foi se modificando e hoje novos formatos estão sendo postos em teste, em especial, a informalidade e a crescente utilização da tecnologia em cenários virtuais ou interativos.

Em relação aos elementos constitutivos do telejornal, constatou-se que boa parte já era praticada desde o início, à exceção do link, que depende da tecnologia de satélites indisponível quando da chegada do meio ao país e também do comentário, que vem sendo cada vez mais utilizado, tanto pelo âncora quanto por comentaristas especializados.

No que tange aos elementos de formato da notícia telejornalística, ou seja, o *VT*, itens como *background* (*BG*) e arte eram impossíveis sem a aquisição de câmeras sonoras e computadores capazes de produzir imagens híbridas. Hoje, todos os recursos podem ser amplamente utilizados e contribuem para a clareza na construção da notícia. Da mesma forma, elementos gráficos como indicadores, selos, créditos e cenário virtual são produzidos de modo a enriquecer ou ilustrar reportagens.

A interatividade, muito baixa até meados dos anos 1990, encontrou-se elevada a outro patamar com a chegada da telefonia móvel e da internet. Se antes o telespectador entrava em contato com as emissoras por meio de cartas, agora *chats* instantâneos e câmeras de alta resolução em telefones celulares inovaram a maneira de

relacionamento entre telejornal e audiência. A rede não apenas contribui para a interação com o público, mas pauta o próprio telejornal e obriga-o a ir além do factual.

Imagetivamente, viu-se a extinção do contraplano no final da década de 1980, pois este recurso dava a sensação de construção cinematográfica da notícia, o que passou a ser criticado por jornalistas em favor de uma linguagem visual mais objetiva. Além disso, o plano médio passou a ser cada vez mais utilizado, pois a substituição de câmeras de filme por câmeras de vídeo e, posteriormente, digitais, possibilitou a gravação de entrevistas em maior quantidade e o uso de sonoras é hoje notório.

Em relação aos elementos de conteúdo, verificaram-se distinções entre o que é pauta em telejornais nacionais ou regionais. Tanto a bibliografia estudada quanto os jornalistas entrevistados sinalizaram que a regionalização do conteúdo deve ser o caminho percorrido para que o *TJ* diário volte a ocupar papel de destaque na informação do brasileiro.

Neste sentido, buscamos por um objeto que atendesse a essa demanda e a escolha pelo *Paraná TV* da *RPC TV*, afiliada da *Rede Globo* se deu pelo fato da emissora ser líder de audiência e este telejornal ser o principal da grade regional. Além disso, em Londrina, a 1ª edição do jornalístico exibido às 12h05 é totalmente produzido pela *TV Coroados* (pertencente à *RPC TV*), primeira emissora de TV do interior do país, cujo cinquentenário foi comemorado em 2013. Desta forma, o *Paraná TV 1ª edição* é referência para a região do norte e norte pioneiro do Paraná.

Como sua transmissão começou apenas em 1999, para o estudo foram utilizados outros telejornais da emissora e o escasso material disponível em arquivo teve que ser analisado em conjunto com entrevistas de profissionais que estão na emissora desde a década de 1970. Por meio de seus depoimentos e das tabelas elaboradas através da coleta de dados, as mudanças de linguagem descritas acima puderam ser verificadas; além disso, a escolha das pautas também foi alvo de estudo.

A transmissão de informações de cunho local ou regional tem grande influência na identificação das pessoas com seu território e contribui para a sensação de pertencimento. Além disso, um dos critérios de noticiabilidade proposto por Mauro Wolf e Luis Arthur Ferraretto é a proximidade. Deste modo, ao analisar as temáticas dos VTs exibidos nas décadas de 1980, 1990 e anos 2000, observou-se que houve uma crescente regionalização dos conteúdos até que, em 2013, a totalidade de eventos abordados eram relacionados à cidade de Londrina e região, o que demonstra a preocupação da emissora em associar-se ao público de modo efetivo.

Assim, afere-se que a emissora está consciente da importância de se personalizar seu telejornal no intuito de reforçar a identidade regional e angariar cada vez mais audiência e, conseqüentemente, verba publicitária.

Neste esforço em mapear e identificar as características da linguagem no telejornal diário no Brasil, algumas informações puderam ser destacadas e aplicadas ao telejornalismo regional: em primeiro lugar, a precariedade dos primeiros anos foi superada e hoje as emissoras reúnem esforços tecnológicos e de pessoal com o objetivo de profissionalizar a atividade e chamar a audiência tanto por meio de imagens de alta qualidade técnica, quanto através de conteúdos atrativos.

Ainda, ficou evidente que a interatividade e a informalidade estão sendo introduzidas nos telejornais procurando reter a atenção de um público cada vez mais voltado às novas tecnologias; os jornalistas e empresários de mídia estão convencidos de que o tom professoral de outrora deve ser abandonado em favor de um diálogo virtual e amigável entre repórteres, apresentadores e público.

Outra característica marcante no telejornalismo é que não há unanimidade em relação a todos os elementos analisados em todos os telejornais das emissoras comerciais no Brasil, pois, de acordo com os entrevistados, não existe uma fórmula para o telejornalismo praticado atualmente; o que se nota, são tentativas de se aproximar do público, seja por meio do tom informal, no uso das novas tecnologias ou, por fim, na regionalização de conteúdos.

REFERÊNCIAS

- ALBERTO, D'angele. Entrevista concedida nas dependências da *TV Coroados*, em 25 jul. 2013.
- ALCURE, Lenira. **Telejornalismo em 12 lições**: televisão, vídeo e internet. Rio de Janeiro: PUC, 2011.
- ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.
- BACELLAR, Luciane; BISTANE, Luciana. **Jornalismo de TV**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2010.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo**: os segredos da notícia na TV. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.
- BARBOSA, Marialva Carlos. Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; ROXO, Marco; SACRAMENTO, Igor. **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 15-35.
- BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. **TV regional**: trajetória e perspectivas. Campinas: Alínea, 2001.
- BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. **Rede globo**: 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus, 2005.
- BONI, Paulo César. Linguagem fotográfica: objetividade e subjetividade na mensagem fotográfica. **Formas & Linguagem**, Ijuí, v. 2, n. 5, p. 165 - 187, jan./jun. 2003.
- BRASIL, André; LISSOVSKY, Mauricio; MORETTIN, Eduardo. **Visualidades hoje**. Brasília: Compós, 2013.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. 27. ed. São Paulo: Saraiva, 1991.
- CARDOSO, João Batista Freitas. **A semiótica do cenário televisivo**. São Caetano do Sul: Annablume, 2008.
- CASTRO, Valdir José de; COELHO, Cláudio Novaes Pinto. **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.
- CORRÊA, Roberto. **Região e organização espacial**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1991.
- COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo**: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora - MG. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.
- CRUZ, Dulce Márcia. **Televisão e negócio, a RBS em Santa Catarina**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1996.

CURADO, Olga. **A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.

DONADONE, Fábio. **Entrevista para dissertação** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <anaccontato@gmail.com> em 27 jul. 2013.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

FOSS, Karen; LITTLEJOHN, Stephen. **Encyclopedia of communication theory**. Califórnia: SAGE, 2009.

GABRIOTI, Rodrigo. **Interação e intercidades: a comunicação regional na reconstrução dos espaços**. São Paulo: Ed. LCTE, 2012.

GOMES, Itânia Maria Mota (Org.). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011.

HAMBURGER, Esther. Política e novela. In: BUCCI, Eugênio (Org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000. p. 18-34.

KEHL, Maria Rita. Um só povo, uma só cabeça, uma só nação. In: _____. **Anos 70: televisão**. Rio de Janeiro: Europa, 1979-1980. p. 5-29.

KLINGER, Karina. Nascimento critica sisudez de âncoras de telejornal. **Folha Online**, São Paulo, 2 mar. 2006. Ilustrada. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u58362.shtml>>. Acesso em: 15 out. 2013.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 4. ed. São Paulo: Senac, 2005.

MARQUES DE MELO, José. A imagem do natal na mídia paulistana: estudo de caso da identidade cultural brasileira no cenário da aldeia global. In: ENCONTRO CULTURAL DE LARANJEIRAS, 21., 1996, Laranjeiras. **Anais...** Aracaju: Secretaria de Estado da Cultura, 1996.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Vozes, 2010.

NOGUEIRA, Nemércio et al. **Jornalismo é...: [s.l]: Xenon, [19--]**.

NONAKA, Ossamu. Entrevista concedida nas dependências da *TV Coroados*, em 31 jul. 2013.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

_____. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PONTUAL, Jorge. In: KAPLAN, Sheila; REZENDE, Sidney; CASOY, Boris. **Jornalismo eletrônico ao vivo**. Petrópolis: Vozes, 1994.

PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo; COUTINHO, Iluska. **O Brasil (é)ditado**. Florianópolis: Insular, 2012.

PRIOLLI, Gabriel. Antenas da brasilidade. In: BUCCI, Eugênio (Org.). **A TV aos 50**: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003. p. 13-24.

_____. A tela pequena no Brasil grande. In: BARBOSA LIMA, Fernando; PRIOLLI, Gabriel; MACHADO, Arlindo. **Televisão e vídeo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985. p. 20-43.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil**: um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; ROXO, Marco; SACRAMENTO, Igor. **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

ROITER, Ana Maria; TRESSE, Euzebio da Silva. **Dicionário técnico de TV**. São Paulo: Globo, 1995.

SERRA, Wilson. **Entrevista para dissertação** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <anaccontato@gmail.com> em 8 ago. 2013.

SILVEIRA, Fábio Alves. Entrevista concedida nas dependências da *TV Coroados*, em 31 jul. 2013.

SIMÕES, Inimá. Nunca fui santa: (episódios de censura e autocensura). In: BUCCI, Eugênio (Org.). **A TV aos 50**: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003. p. 65-94.

SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. in PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo; COUTINHO, Iluska. **O Brasil (é)ditado**. Florianópolis: Insular, 2012.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**; função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1984.

SOMMA NETO, João. **Ações e relações de poder**: a construção da reportagem política no telejornalismo paranaense: um estudo comparativo. Curitiba: Ed. da UFPR, 2007.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

SQUIRRA, Sebastião Carlos de Moraes. **Aprender telejornalismo**. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa; PIMENTEL, Tatiane Dias. Televisão e Internet: interatividade entre duas mídias e a abertura de um novo espaço para a cidadania. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Org.). **40 anos de telejornalismo em rede nacional: olhares críticos**. Florianópolis: Insular, 2009. p. 173-187.

TOURINHO, Carlos Alberto Moreira. **Inovação no telejornalismo: o que você vai ver a seguir**. Vitória: Espaço Livros, 2009.

VALLADA, Ana Cristina. **Entrevista para dissertação**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <anaccontato@gmail.com> em 15 jan. 2014.

VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.

VIZEU, Alfredo (Org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Org.). **40 anos de telejornalismo em rede nacional: olhares críticos**. Florianópolis: Insular, 2009.

_____. **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010.

VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; MOTA, Célia (Org.). **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Insular, 2006.

VOLPINI, Maria José. Entrevista concedida nas dependências da *TV Coroados*, em 11 set. 2013.

WATTS, Harris. **On câmera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC**. São Paulo: Summus, 1990.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1995.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 2004.

YORKE, Ivor. **Telejornalismo**. 4. ed. São Paulo: Roca, 2006.

ANEXO

ANEXO A – CD com os telejornais