

**Faculdade Canção Nova**

**Bruna Maria Uliana**

**NO AR:** uma pesquisa sobre as principais transformações do  
telejornalismo no Brasil

**Cachoeira Paulista**

**2023**

**Faculdade Canção Nova**

Bruna Maria Uliana

**No ar:** uma pesquisa sobre as principais transformações do telejornalismo no Brasil

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção do grau de bacharel em Jornalismo na Faculdade Canção Nova sob a orientação da Prof<sup>a</sup>. Me. Ioná Marina Moreira Piva Rangel.

**Cachoeira Paulista**

**2023**

BRUNA MARIA ULIANA

**No ar:** uma pesquisa sobre as principais transformações do telejornalismo no Brasil

Trabalho de Conclusão de curso apresentado como exigência parcial para obtenção do grau de bacharel em Jornalismo pela Faculdade Canção Nova sob a orientação da Professora Me. Ioná Marina Moreira Piva Rangel.

\_\_\_\_\_ em: 7 de dezembro de 2023.

Grau: \_\_\_\_\_

Banca Examinadora:

Prof<sup>a</sup>. Me. Ioná Marina Moreira Piva Rangel – Orientadora  
Faculdade Canção Nova

Prof<sup>a</sup>. Esp. Denise Claro  
Faculdade Canção Nova

Prof. Dr. Henrique Alckmin Prudente  
Faculdade Canção Nova

**Cachoeira Paulista**

**2023**

## AGRADECIMENTOS

Início agradecendo a Deus, Nossa Senhora e São José que estão do céu a guiar minha trajetória nesta terra. Oferto tudo o que aprendi durante esta graduação para que seja luz da terra e sal do mundo.

Agradeço aos meus pais que sempre acreditaram em mim e me zelaram. Os amo profundamente.

Também agradeço a minha família por ser tão unida e ao meu namorado por ser um afago em meio aos dias ruins, seu exemplo de vida foi meu constante motivador. Os amo sem igual.

Agradeço as minhas amigas Marcella e Maria por ser presença de Deus. Vocês foram o meu presente nessa graduação, as amo.

Agradeço imensamente à minha orientadora e mestra Ioná que sonhou e idealizou o projeto junto comigo. Sua vida me inspira, obrigada por tanto.

Também agradeço aos meus excelentes professores de metodologia, Carla e Henrique, que me auxiliaram nesta caminhada até aqui.

Agradeço ao professor Raphael por ser instrumento de Deus e não me permitir desistir, Deus o abençoe.

Agradeço a Faculdade Canção Nova e a comunidade Canção Nova por ser tão presente na evangelização. Faço minha também a missão de formar homens novos para um mundo novo.

Por fim, agradeço ao Monsenhor Jonas Abib por seu sonho chegar até mim. Seja santo, padre. Muito obrigada.

*“Quem acende uma luz é o primeiro a beneficiar a claridade.”*

*- G. K. Chesterton*

## RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo a produção de uma monografia sobre a evolução do telejornalismo no Brasil, baseado em dados da Kantar Ibope Media que elencam as quatro principais emissoras de TV aberta do país: Globo, Record TV, SBT e Band. O trabalho dissertativo tem por metodologia a pesquisa bibliográfica histórica e técnica, abordando os fatos que justificam as mudanças no telejornalismo e as novas tecnologias. O projeto apresenta também autores que desenvolveram teorias sobre os formatos no Jornalismo, dando destaque a linguagem específica destinada à TV. Desta forma, utiliza-se igualmente da pesquisa documental para a execução do último capítulo, através de um vasto arquivo de fotos e vídeos disponível na Internet para a realização e conclusão da análise. Com o avanço da sociedade e dos meios tecnológicos, comprova-se que a mudança no telejornalismo brasileiro se mostra decorrente em um menor período de tempo, diferenciando das evoluções passadas, consequência essa instigada pelo modo do telespectador consumir mais mídias e ter a informação agora em fácil alcance.

**Palavras-chave:** Telejornalismo; TV Aberta; Evolução; Análise.

## LISTA DE QUADROS E FIGURAS

Quadro 1 - Dicas para uma boa entrevista	14
Quadro 2 - Gêneros Jornalísticos	31
Figura 1 - Primeiro cenário do Jornal Nacional	46
Figura 2 - Cenário do Jornal Nacional pós TV em cores	47
Figura 3 - Primeiro cenário de telejornal com redação	48
Figura 4 - Atual cenário do Jornal Nacional	50
Figura 5 - Linhas 3d em cenário do Jornal Nacional	50
Figura 6 - Bancada de apoio no telejornal Primeiro Impacto	51
Figura 7 - Telejornal Cidade Alerta sem bancada	51
Figura 8 - Tela de led no Jornal da Band	52
Figura 9 - Chão de led na apuração das Eleições 2022	52
Figura 10 - Estilo padrão Fátima Bernardes	54
Figura 11 - Fátima Bernardes em sua última participação no Jornal Nacional	55
Figura 12 - Fátima Bernardes em conteúdo de entretenimento	56
Figura 13 - Estilo color block de Maju Coutinho	57
Figura 14 - Cabelo natural de Maju Coutinho	57
Figura 15 - Estilo descolado de Mari Palma	58
Figura 16 - Controle para previsão do tempo	60
Figura 17 - Uso do notebook no Jornal Hoje	61
Figura 18 - Uso de tablet no Jornal da Record	61
Figura 19 - Tela interativa nas Eleições 2022	62
Figura 20 - Tempo Delivery no Jornal da Record	63
Figura 21 - Perfil do Jornal Hoje no Instagram	64
Figura 22 - Postagens no Instagram do Jornal Hoje	64
Figura 23 - Imagem do Cristo Redentor feita de drone	66
Figura 24 - Helicóptero com câmera acoplada	66
Figura 25 - Carro link	67
Figura 26 - Mochilink	68

Figura 27 - Produção de reportagem com smartphone	68
Figura 28 - Imagem feita por telespectador usada em telejornal	69



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	9
<b>CAPÍTULO I: CONCEITOS E VALORES NO JORNALISMO</b>	12
1.1. A arte de entrevistar	12
1.2 Fontes: um elemento essencial	14
1.3 A necessidade da apuração	16
1.4 A primeira lei do jornalista: imparcialidade	17
1.5 O ser repórter	18
1.6 Eis a notícia	19
<b>CAPÍTULO II: EIS A TV</b>	21
2.1 A TV no Brasil	22
2.2 Conceitos de TV	23
2.2.1 Categoria	23
2.2.2 Gênero	24
2.2.3 Formato	24
2.3 Os gêneros jornalísticos	25
2.4 Gêneros jornalísticos no Brasil	29
2.5 Eis o telejornalismo!	32
2.6 Telejornalismo brasileiro	33
2.7 TV por assinatura	37
2.8 Telejornalismo contemporâneo	39
<b>CAPÍTULO III: A EVOLUÇÃO NO TELEJORNALISMO</b>	41
3.1 Processo metodológico: passo a passo da análise	44
3.2 Cenário: o cartão postal	46
3.3 Figurino: perfil e personalidade	53
3.4 Tecnologia no telejornalismo	59
3.5 Novos equipamentos técnicos	65
3.6 Compêndio da análise	69

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

71

**REFERÊNCIAS**

72

## INTRODUÇÃO

O telejornalismo no Brasil surgiu em 1950, juntamente com a chegada da televisão no país, sendo o primeiro tipo de conteúdo a ser transmitido pelo veículo de massa. Antes, apenas voz. Com o surgimento da TV, imagem, voz e aperfeiçoamento na veracidade das notícias propagadas à população. A comunicação caminha com os avanços da sociedade e assim, o jornalismo como categoria de informação nos formatos midiáticos, caminha junto.

O Jornalismo, sendo o pioneiro nos conteúdos televisivos consumidos no Brasil, sofreu adaptações e mudanças ao longo do tempo, sendo estas, formas de alcançar um maior público ou manter o público conquistado. Nesta linha do tempo traçada entre os avanços da comunicação e as mudanças no formato informativo, a sociedade e suas evoluções influenciam drasticamente nas novas versões do telejornalismo. Não foram as notícias que mudaram, mas os noticiários. Com bancada, sem bancada. De terno, somente camisa. Superioridade em dar a notícia, interatividade. Furo de reportagem, aprofundamento na informação. Surgiu-se então o questionamento: o telejornalismo atual brasileiro ainda mantém a sua identidade inicial?

Em formato de monografia, a pesquisa a seguir investiga tal problema apresentando os contextos históricos que influenciaram as novas formas de noticiar na TV, discorrer sobre as adaptações sucedidas no telejornalismo e, por fim, examinar a atual identidade e distinguir se a mesma mantém os critérios de veracidade e neutralidade em se dar notícia. A partir de dados da Kantar Ibope Media, que elencam as quatro emissoras de maior audiência do país (Globo, Record TV, SBT e Band), foi possível analisar quatro elementos que se destacam como itens de transformação na área do telejornal ao decorrer do tempo, são eles: cenário, figurino, tecnologia e novos equipamentos.

Desta forma, a pesquisa explora fatos através da pesquisa bibliográfica que aborda temas sobre o formato jornalístico citado e fatos históricos que culminaram para as adaptações no gênero, além de fazer uso também da pesquisa documental com enfoque no último capítulo, responsável pela execução da análise, utilizando de um vasto acervo de vídeos e fotos disponíveis na internet para a comparação e exemplos dos elementos.

Visto que as mudanças na comunicação caminham junto com o corpo social, a execução de uma Monografia que discorra sobre o tema e trace uma linha entre a sociedade e o telejornalismo torna-se fundamental para o contexto acadêmico. A afinidade pessoal pelo tema, tem por motivação unir a amabilidade pelo veículo de comunicação “TV” e o histórico de transformações ocorridas no telejornal, apresentando os contextos sociais vividos no país.

Sendo assim, este trabalho de conclusão de curso visa abordar esta trajetória do telejornalismo no Brasil, desde sua chegada até os dias atuais, destacando as mudanças e analisando se o mesmo ainda mantém sua essência inicial.

## **CAPÍTULO I: CONCEITOS E VALORES NO JORNALISMO**

Para Bahia (2009) o Jornalismo é o condutor da notícia ao público, seu percurso e eficiência se dá a partir da persistência, credibilidade e periodicidade da notícia. É comum que o Jornalismo, por meio da “missão” de informar e denunciar, interfira de forma direta ou indireta na sociedade em questão, executando também o papel de intermediário. “A palavra jornalismo quer dizer apurar, reunir, selecionar e difundir notícias, ideias, acontecimentos e informações gerais com veracidade, exatidão, clareza, rapidez, de modo a conjugar pensamento e ação.” (BAHIA, 2009, pág. 19).

Desta forma, é necessário que o conteúdo jornalístico traga consigo uma gama de valores fundamentais para contribuir positivamente na sociedade, são eles: veracidade, objetividade, honestidade, imparcialidade, exatidão e credibilidade.

A partir dos valores do Jornalismo, fazer uso das técnicas e aplicar na forma de dar a notícia é primordial para seu êxito. Nos subcapítulos a seguir, será descrito alguns dos elementos fundamentais no ofício de informar.

### **1.1. A arte de entrevistar**

Para Bahia (2009) a entrevista é a base da notícia, seja ela para o Jornalismo impresso, rádio, TV ou internet. Para realizar uma boa entrevista, o repórter precisa estar “ligado” com o entrevistado, dialogando, questionando, provocando, ouvindo e discordando quando necessário. Não é apenas anotar o que o entrevistado responde. Muitas vezes, a resposta não se dará apenas em palavras, mas na reação do entrevistado, na dúvida que surge, no que se insinua, num deslize inesperado. Trabalhar com o lado psicológico é primordial em uma entrevista.

A entrevista é uma comunicação de ordem pessoal e direta que tem por objetivos informação coletiva. Assim, ela é, por natureza, um ato comunicativo e, por caráter, um ato social. O que distingue a entrevista jornalística de outras espécies de entrevistas é esse caráter que ela adquire a partir do momento em que afeta as pessoas. (BAHIA, 2009, pág. 76)

Segundo Erbolato (2006), a entrevista no jornalismo obtém uma característica própria e especializada, se diferenciando dos outros tipos de entrevistas. A partir de

métodos e técnicas, as respostas geram notícias e são consumidas por um público de massa. Para o autor, a entrevista pode ser classificada de 4 maneiras: A primeira forma, podem ser **geradoras de matéria** jornalística: sejam elas entrevistas de rotina ou caracterizadas em algum assunto em específico. A segunda, são conhecidas a partir de seus **entrevistados**: podem ser individuais ou de grupos. A terceira refere-se aos **entrevistadores**: são elas exclusiva ou coletiva. Por último, diz respeito ao **conteúdo**: divide-se em *informativas*, *opinativas* e *biográficas*.

As entrevistas classificadas como **geradoras de matéria**, segundo Erbolato (2006), tem por características conceder informações sobre os acontecimentos do dia-a-dia. Como por exemplo, caso tenha ocorrido um acidente de carro, dentre os entrevistados estariam pessoas que testemunharam o fato, policial responsável pela ocorrência, técnicos de trânsito e primeiros socorros. As entrevistas caracterizadas são apresentadas em forma de produção textual ou diálogo.

Para Erbolato (2006), as entrevistas classificadas de acordo com os **entrevistados**, de cunho individual, são realizadas entre repórter e entrevistado. Geralmente, são marcadas com antecedência e se destacam por fornecer dados e elementos para a publicação de determinada notícia. São entrevistas exclusivas, porém o entrevistado pode ser procurado novamente por outros jornalistas a fim de obter mais dados. As entrevistas de grupo acontecem quando mais de uma pessoa fala sobre o mesmo fato, como por exemplo, atletas que venceram um campeonato.

A entrevista exclusiva quanto aos **entrevistadores**, sucede quando uma pessoa (entrevistado) fala sobre determinado assunto a apenas um jornal. Há jornais que, em alguns casos, chegam a pagar pela exclusividade. Quanto à entrevista coletiva, o entrevistado concede respostas a vários jornalistas em uma mesma ocasião. Neste tipo de entrevista, entende-se que alguns não conseguirão fazer perguntas, mas faz uso de respostas dadas a outros jornalistas, durante a coletiva, para assim gerar a notícia.

Nas entrevistas classificadas pelo **conteúdo**, a *informativa* tem por objetivo saber o relato sobre o fato ocorrido, muitas vezes mantendo em sigilo o nome da fonte, pois a notícia tem um destaque maior que o entrevistado. As entrevistas *opinativas* abordam pessoas especialistas no assunto debatido, como por exemplo, técnicos esportivos para comentar partidas de futebol. As entrevistas de *personalidade/ bibliográficas* concentram-se em apenas uma pessoa, onde ali serão

questionados sua forma de vida, trabalho e etc, podendo ter por entrevistados vizinhos, família, amigos.

**Quadro 1 - Dicas para uma boa entrevista**

1	Seja pontual
2	Diga objetivo da entrevista desde o início
3	Seja educado e aja com naturalidade
4	Conduza a entrevista
5	Ouçã com atenção
6	Faça perguntas concretas
7	Não corte respostas
8	Caso o entrevistado fugir do assunto, continue a seguir o roteiro previsto
9	Não discuta com o entrevistado
10	Demonstre interesse real
11	Não emita a sua opinião
12	Tenha em vista respostas além de sim, não e talvez
13	Não seja agressivo
14	Faça perguntas na linguagem que o entrevistado compreenda
15	Esgote cada assunto antes de passar para o próximo
16	Se preciso, faça uma pausa
17	Não se mostre super entusiasmado
18	Prepare cada pergunta
19	Caso não necessário, não pergunte idade nem estado civil
20	Evite interrupções externas durante a entrevista

Fonte: Erbolato, 2006.

## **1.2 Fontes: um elemento essencial**

Para Bahia (2009) a notícia só pode ser concebida a partir de um elemento fundamental no Jornalismo: a fonte. São elas que oferecem dados sobre determinado acontecimento, fazendo com que a notícia seja transmitida de forma

rápida e com maior índice de veracidade. As fontes mais comuns são: setores profissionais, sindicatos, governo, associações, clubes e a população em geral.

Em todas as notícias, as fontes desempenham um papel fundamental. E estão protegidas pela legislação democrática que reconhece o sigilo, resguardando-as de qualquer violação. Gozam, assim, na teoria como na prática, da mesma inviolabilidade de que deve gozar a notícia, no interesse da sociedade. (BAHIA, 2009, pág. 48)

Para Lage (2019), as fontes são fruto de uma observação direta do jornalista, além de uma série de contatos que auxiliam no dia a dia de uma redação. Segundo o autor, é fundamental que o repórter saiba selecionar suas fontes e questionar o necessário para a obtenção da informação que se procura (como depoimentos, dados) e assim usar esses materiais para gerar a notícia de acordo com as técnicas jornalísticas.

Desta forma, segundo Bahia (2009), as fontes seguem um padrão de classificação, sendo elas: **diretas**, **indiretas** e **complementares**. As **fontes diretas** são aquelas que tiveram envolvimento com o acontecimento em primeira pessoa, como por exemplo, testemunhas, vítimas, autor do fato ou comunicados oficiais. Já as **fontes indiretas** são as que tiveram um envolvimento com o caso em questão de forma “terceirizada”, como envolvidos circunstancialmente, relatos parciais, documentos relacionados e etc. Por fim, as **fontes complementares** são todas as informações que agregam a notícia principal, agindo para esclarecer, acrescentar ou enriquecer o fato. As fontes complementares concentram-se em pesquisas, livros, recortes, etc.

No Jornalismo, a veracidade de uma informação é essencial para gerar a notícia. Sendo assim, segundo Bahia (2009), a credibilidade de um jornal ou de um jornalista está contida nas fontes que possui, tendo em vista que o público muitas vezes toma decisões a partir das notícias veiculadas por tais profissionais. É considerada uma violação frontal à ética profissional os jornalistas que usam do anonimato da fonte para expor suas críticas e opiniões.



### 1.3 A necessidade da apuração

O bom jornalista não se concentra apenas em escrever bem, para Bahia (2009) a apuração faz parte da tarefa de um jornalista talentoso, pois é necessário ter veracidade naquilo que se escreve. No Jornalismo, a apuração é a checagem da informação através de pesquisa de dados, entrevistas e elementos que comprovem a autenticidade do fato. A apuração é um item fundamental para a exatidão da notícia e faz parte do processo antecedente a publicação do texto final.

Averiguar, indagar, questionar, esclarecer, romper convencionalismos e reservas, dirimir dúvidas, conhecer e conferir as diferentes versões de um acontecimento é o que se apura na notícia. A apuração é o mais importante para a notícia, da mesma forma como a notícia é o mais importante para o jornalismo. (BAHIA, 2009, pág. 50)

Para o autor, o que qualifica uma notícia é a exatidão dos fatos, informações estas conseguidas através de fontes e apuração jornalística. Se os fatos não estiverem bem apurados, pode comprometer todo o trabalho da redação resultando no descarte da notícia ou, se publicada, credibilidade do jornalista ou veículo informativo.

Como nem tudo o que é apurado é publicado, a notícia passa por um natural processo de seleção, que tem por finalidade ajustá-la à hierarquia da difusão. Prevaecem aí elementos de interesse, novidade, importância, oportunidade, repercussão, etc., que devem se adequar às condições de tempo e espaço. (BAHIA, 2009, pág. 52)

Uma das formas de apuração, é a execução do *Lead*. As perguntas: O que? Quem? Onde? Como? Quando? E, por que? Assim que respondidas, ampliam a visão do jornalista e obtêm a base da notícia. A exatidão do texto não deve estar somente no *Lead*, mas também em toda a informação, sendo necessário sempre conferir datas, nomes, lugares, dados e etc. Segundo Bahia (2009), é aconselhável confirmar e reconfirmar antes da publicação.

A apuração da notícia pode ser feita pela observação direta; pela simples coletiva (via telefônica, mediante testemunho); pelo levantamento das circunstâncias, indícios e outros elementos; pela investigação (que é uma forma especializada de observação direta); pelo despistamento (com o emprego de formas indiscretas ou incomuns que, contudo, não contrariam a ética profissional); pela comprovação (método usual entre os que recolhem certas informações confidenciais ou reservadas, que, para serem

publicadas, exigem uma prévia confirmação de alguma fonte envolvida no assunto); pela análise (quando a notícia deve passar por um processo crítico ou por uma confrontação de dados relativos que permitam uma perspectiva do acontecimento). (BAHIA, 2009, pág. 51)

Para Bahia (2009) o tipo de apuração mais eficaz é a de observação direta, quando há um envolvimento do repórter com o acontecido, de forma física e mental. Sendo assim, o profissional toma por conhecimento a informação real ao se fazer presente no momento e local do ocorrido quando possível.

Erbolato (2006) pontua a necessidade do jornalista não envolver seu lado pessoal ao apurar ou produzir determinado conteúdo. A proximidade do repórter deve ser inteiramente profissional, para que assim seja possível manter a imparcialidade ao propagar a notícia.

#### **1.4 A primeira lei do jornalista: imparcialidade**

O Jornalismo está onde seu público não pode estar, ele é a testemunha dos fatos e a voz da notícia. Para Bahia (2009), noticiar vai além de publicar uma enxurrada de informações, é necessário deixar os objetivos pessoais do jornalista ou jornal de lado e ser imparcial a qualquer custo.

O sentido da notícia não está veicular ideais de governo ou empresas, mas sim em dar voz ao público e mantê-los informados. Por isso, a imparcialidade é um elemento imensurável no processo de produção de uma notícia.

A imparcialidade é para o jornalismo um ideal, como a honestidade, a exatidão, a veracidade, a responsabilidade, a objetividade, etc. Para muitos jornalistas e veículos, o seu exercício é tão rigoroso quando se relata uma partida de futebol ou quando se trata de uma convenção partidária para a escolha de um candidato à Presidência da República. (BAHIA, 2009, pág. 26)

Para Lage (2019), o jornalista como pessoa humana transmite a notícia de forma mais natural quando comparado aos textos escritos por *Softwares* modernos, porém, a imparcialidade das máquinas costumam somar positivamente na notícia.

Já a desvantagem é que, ao contrário de qualquer máquina, agentes humanos, como repórteres, têm sua própria tendenciosidade. Construíram, ao longo da vida, uma série de crenças e padrões de comportamento que

nem sempre se adaptam à tarefa que executam e, principalmente, às intenções daqueles que estão representando, isto é, os leitores. (LAGE, 2019, pág. 24)

Ainda que seja difícil alcançar tal ideal, pois às vezes a imprensa age com seus interesses e nem sempre o jornalista consegue ser imparcial, para Bahia (2009) é preciso deixar julgamentos e preconceitos pessoais de lado e manter a ética profissional.

### 1.5 O ser repórter

A partir dos elementos base é possível gerar a notícia, mas a quem dar o crédito? Eis o indivíduo que faz dos ingredientes um bolo: o repórter. Para Lage (2019) o repórter tem por função ser os olhos e ouvidos do público, distinguindo aquilo que é interessante a ser publicado.

Para Erbolato (2006) uma das principais funções do repórter é discernir o que é notícia, tendo por conhecimento o interesse do público e assim, noticiando sobre áreas relevantes. Escrever a notícia em uma linguagem de fácil compreensão e com o uso das técnicas jornalísticas, também colabora para a eficácia e sucesso da matéria.

Segundo Bahia (2009) o repórter evoluiu dentro da área jornalística. Nos primórdios do Jornalismo, o profissional era conhecido por “faz-tudo”, sendo responsável por cada etapa da elaboração de uma notícia. Com o passar dos anos, o jornalismo segmentou o processo de produção, tornando o repórter uma das muitas engrenagens dentro da redação.

Entre a notícia e o seu destinatário está o repórter. Ele se situa e se move na faixa que vai do acontecimento à audiência. Seu papel é essencial na busca da notícia e sem ele não há apuração correta, diligente e exaustiva do acontecimento. E a sua missão é saber dizer o máximo. (BAHIA, 2009, pág. 68)

Segundo o autor, a função do repórter se concentra em três âmbitos: **notícias em geral**, **notícias setorializadas** e **notícias especializadas**. As **notícias em geral** concentram-se nos acontecimentos da cidade e país em questão. Já as **notícias setorializadas** são geradas a partir de acontecimentos em repartições, como num

hospital, por exemplo. E as **notícias especializadas** cobrem uma área em particular, como esportes, ciências, educação, etc.

Bons repórteres e bons redatores se transformam rapidamente em bons escritores se a atmosfera da redação é marcada por integridade profissional, espírito empreendedor e franca receptividade. Prêmios em dinheiro, seminários e conferências individuais tendo as técnicas e artes do texto por temática contribuem para treinar, aperfeiçoar e estimular os que redigem notícias. (BAHIA, 2009, pág. 57)

Para Bahia (2009) o bom repórter não é apenas aquele que propaga as principais informações, mas sim o que faz uso correto dos elementos jornalísticos para a concepção da notícia, mantendo a ética profissional acima dos acontecimentos.

## 1.6 Eis a notícia

Para Erbolato (2006) a notícia é a matéria-prima do Jornalismo, pois é a partir dela que tal assunto é pesquisado, interpretado e comentado em outras esferas. Para o autor, a notícia é um relato de algo novo ou de um novo acontecimento, mas ainda sim, o mesmo confirma ser impossível definir o que é a notícia.

Ainda segundo o autor, a notícia não basta apenas relatar um ocorrido, ela necessita ser recente, verdadeira, inédita, objetiva e de interesse do seu público.

O leitor quer novidades. Deseja saber o que ainda desconhece, ou que sabia apenas superficialmente, por haver assistido ao jornal transmitido pelo rádio ou televisão. Se fossem publicados apenas acontecimentos antigos e irreais, os jornais estariam divulgando *história* e *romance* e não *notícias*. (ERBOLATO, 2006, pág. 55)

Para que as notícias sejam veiculadas de forma eficaz, as técnicas jornalísticas são essenciais para tal êxito. O primeiro elemento a compor a notícia, ao qual se situa logo no início, é o *Lead*, sendo usado de forma estratégica para interessar o leitor e assim, o mesmo continuar a consumir o conteúdo.

Para Bahia (2009) o *Lead* é a parte principal da notícia, onde deve ser encontrado logo no primeiro parágrafo. O autor ainda enfatiza que é necessário dar

as informações mais importantes logo de início, o restante da informação segue o critério de relevância.

Desta forma, outro padrão técnico que compõem a concepção da notícia é o uso da “pirâmide invertida”. Nisto concentram-se: primeiramente informações e fatos culminantes a seguir por fatos que possuem ligação com as informações contidas no *Lead*, após seguem os pormenores da notícia e, por último, detalhes considerados dispensáveis.

Além das técnicas e formas de como dar a notícia, antes há um processo para selecionar quais notícias serão veiculadas. Segundo Bahia:

Os critérios de produção, seleção e organização das notícias são subjetivos. Neles interferem elementos como competência, habilitação, capacitação e experiência - que distinguem entre a impressão superficial de quem considera importante tudo o que escreve ou fala e a visão de quem só considera essencial o que é relevante. (BAHIA, 2009, pág. 53)

Desta forma, o autor afirma que cada veículo possui uma linha editorial que concentra-se “o norte” para as notícias a serem dadas, não sendo uma restrição à liberdade, mas uma técnica que segmenta o conteúdo, atraindo o público pela espécie de noticiabilidade.

## CAPÍTULO II: EIS A TV

Para Mattos (2002) o aparelho de televisão teve seu marco inicial em 1873. A partir de experimentos, Willoughby Smith descobriu que o selênio, um elemento químico, obtinha eficiência em fotocondução, variando conforme a quantidade de luz oferecida à ação. Assim, dois anos depois, George Carey também alegou que era possível produzir um aparelho transmissor de imagens através de circuitos elétricos.

Desta forma, Mattos (2002) confirma que tanto Willoughby como George foram os pioneiros na criação do aparelho televisivo que é conhecido até hoje e utilizado pela maior parte da população. No decorrer dos anos seguintes, o aparelho de TV foi tomando forma e se aperfeiçoando cada vez mais:

Em 1880, os cientistas, Sawyer, norte-americano, e Maurice Le Blanc (francês), idealizaram o “sistema de varredura”, que passou a ser usado por todos os tipos de televisão. Por esse sistema, as imagens são transformadas em linhas e transmitidas uma a uma, em alta velocidade, numa sucessão de quadros, que são percebidos pelo olho humano como movimento e cuja imagem nós conseguimos reter devido ao fenômeno da persistência visual. (MATTOS, 2002, p.164).

O primeiro sistema ao qual fez uso do método da varredura criado por Sawyer e Maurice em 1880, só foi patenteado em 1884 na Alemanha, por Paul Nipkow, segundo Mattos (2002). O alemão, além de patentear, também originou um transmissor mecânico, onde levou o nome do seu próprio criador, chamado “Disco de Nipkow”. O disco foi utilizado no aparelho televisivo até 1940. Ainda em 1884, Heinrich Hertz, descobriu o efeito das ondas eletromagnéticas no aparelho, que ficaram conhecidas como ondas hertzianas. A TV transmite seu sinal através destas.

Assim, segundo Mattos (2002), o cientista alemão K.F. Braun deu seguimento ao processo de criação da televisão quando criou o “tubo de vidro a vácuo”, em 1897, viabilizando o uso da TV eletrônica.

Conforme os anos passavam, outras adaptações ocorriam para o aperfeiçoamento do aparelho televisivo, porém foi demonstrada apenas em 1923.

A primeira demonstração da televisão, utilizando o sistema de varredura mecânica, foi realizada no ano de 1923, na Inglaterra, por John Logie Baird, que conseguiu reproduzir imagens, apesar de precárias numa pequena tela. Em 1928, Baird testou, também pela primeira vez, a televisão em cores, fabricada com base no sistema eletromecânico. Baird usou três discos giratórios, um para cada cor primária: as fontes de luz eram constituídas por tubos de gás, sendo mercúrio para o verde, o hélio para o azul e o néon,

para o vermelho. No ano de 1929, nos Estados Unidos, foram realizadas as primeiras transmissões de imagens coloridas, entre as cidades de Nova York e Washington, pelo sistema de varredura mecânica com definição de cinquenta linhas. Em 1931, a Electric and Music Industries (EMI), da Inglaterra, tentou padronizar o número de linhas e de quadros transmitidos por segundo nos sistemas de televisão. (MATTOS, 2002, p.165 e 166).

Em meados de 1930, segundo Mattos (2002), havia vários padrões de definição nos aparelhos televisivos e estas mudanças ocorriam de país para país. Atualmente, esta variedade de definições não existe mais, há apenas dois padrões mundiais considerados básicos: europeu (625 linhas e 25 quadros por segundo) e o norte americano (525 linhas e 30 quadros por segundo). Para o sistema de televisão em cores, existem três: o alemão PAL (*Phase Alternation Line*), o francês Secam (*Sequentiellemente et à mémoire*) e o norte americano NTSC (*National Television System Committee*).

## 2.1 A TV no Brasil

Segundo Mattos (2002), a TV foi inaugurada no Brasil em 1950, porém, em uma feira de amostras no Rio de Janeiro durante o ano de 1939, ocorreu uma transmissão de TV quando foi possível ouvir e ver artistas como Marília Baptista, Francisco Alves e outros. A revista da época, a *Carioca*, relatou em uma matéria especial sobre a demonstração que o aparelho se assemelhava a uma eletrola, diferenciando que no lugar do disco havia um vidro fosco.

Aquela foi a primeira demonstração pública da televisão realizada no Brasil. A Telefunken, fábrica de aparelhos de som, instalou no recinto da Feira um pequeno estúdio, gerando imagem e som para dez aparelhos receptores. Conta-se que, presente ao evento, entusiasmado com o invento, Getúlio Vargas teria feito também um teste, tendo sua sorridente imagem transmitida para os receptores (MATTOS, 2002, p.170).

Mattos (2002) relata que em 20 de janeiro de 1950 foi inaugurada a TV Tupi no Rio de Janeiro. Mas, devido algumas dificuldades técnicas surgidas no caminho, foi no dia 10 de setembro do mesmo ano que ocorreu a primeira transmissão de TV no Brasil, com um filme sobre o retorno de Getúlio Vargas à política. No final do mês, dia 18 de setembro de 1950, foi inaugurada a TV Tupi em São Paulo onde, com isto, se tornou a primeira emissora do país e da América do Sul.

O início do Telejornalismo no Brasil, segundo Mattos (2002), se deu também em 1950 quando, no dia 19 de setembro, foi transmitido o "Imagens do Dia", primeiro telejornal brasileiro.

Em 1951, Bernardo Kocubej iniciou a fabricação dos aparelhos de TV no Brasil vendidos pela marca *Invictus*. Os primeiros aparelhos de TV eram vendidos por cerca de nove mil cruzeiros cada, equivalente ao valor de três vitrolas sofisticadas da época, tornando-se inacessível à população nos primeiros anos.

## 2.2 Conceitos de TV

### 2.2.1 Categoria

O ser humano, para melhor compreender o mundo a seu redor, tem por hábito separar em grupos os elementos que trazem semelhanças entre si. Este processo é chamado de classificação por categorias que, segundo Souza (2004), é um princípio da lógica de Aristóteles.

Na televisão não é diferente; as categorias existem de acordo com a semelhança entre os conteúdos exibidos: "a divisão dos programas em categorias inicia um processo de identificação do produto, seguindo o conceito industrial assumido pelo mercado de produção." (SOUZA, 2004, p.37).

Desta forma, há três categorias que abrangem os conteúdos de TV num todo: entretenimento, educativo e informativo. Quando se trata de entretenimento, os programas televisivos tem por objetivo interessar, divertir, chocar, desafiar o público a ponto de estimular o desejo de continuar assistir e consumir mais vezes aquele conteúdo. A categoria informativa também é fundamental em qualquer produção, sendo necessário ter como rumo exibir programas que agregam conhecimento ao público, assim como o conteúdo educativo.

Na televisão brasileira, Souza (2004) divide também as produções em 5 categorias: **entretenimento**, **informação**, **educação**, **publicidade** e **outros**, cada um com seus respectivos gêneros e formatos.



### 2.2.2 Gênero

Conforme Souza (2004), os gêneros televisivos são formados por grupos de programas que possuem conteúdos similares. Estas semelhanças são ressaltadas quando compara-se o estilo do conteúdo, proposta, formas, público e etc. O gênero é um método de “ordenar” elementos que compõem o produto final.

Para o autor, a televisão caminha junto com as transformações históricas da sociedade. Desta forma, os gêneros televisivos também comportam algumas destas características influenciadas pela massa, quando “pode-se verificar que os estudos sobre gêneros devem ser relacionados com aspectos históricos e culturais. Consequentemente, eles podem ou não ser influenciados pelas considerações do observador e de seus pares.” (SOUZA, 2004, p.42).

Souza (2004), de acordo com a programação das principais emissoras brasileiras, relaciona as categorias com os gêneros correspondentes.

A categoria entretenimento refere-se a programas que resumem as formas de envolver o público que o assiste. São: Auditório, Esportivo, Filme, Série, Novela, Game Show, Humorístico, Infantil, Musical, Talk Show, Reality Show e muitos outros.

Já na categoria informação, são identificados os programas: Debate, Documentário, Entrevista e Telejornal.

Na categoria educação, encontram-se os gêneros: Educativo e Instrutivo.

Em publicidade, são: Chamada, Filme Comercial, Político, Sorteio e Telecompra.

E, quanto à categoria outros, os gêneros são: Especial, Eventos e Religioso.

### 2.2.3 Formato

O formato nos conteúdos televisivos, segundo Souza (2004), é associado diretamente ao gênero, pois nada mais é que “a forma” de se fazer. Ou seja, as características do formato são a maneira de definir o gênero, sendo que dentro de um pode haver vários formatos.

Há muita semelhança entre gêneros e formatos na televisão no que se refere ao estudo de gênero no campo da biologia. Assim como na biologia existem gêneros e espécies, em televisão coexistem os gêneros e formatos.

Pode-se fazer uma analogia, com as devidas diferenças, entre as espécies da biologia e os formatos de televisão. Na biologia, várias espécies constituem um gênero, e os gêneros agrupados formam uma classe. Em televisão, vários formatos constituem um gênero de programa, e os gêneros agrupados formam uma categoria (SOUZA, 2004, p. 45).

Para Souza (2004), o formato de determinado programa televisivo pode fazer uso de variados elementos de outros gêneros, não se prendendo somente ao seu gênero em si. Essa “mutação” possibilita a criação de novos programas, diversificando as formas de produção.

Alguns dos formatos originados são: Ao vivo, Mesa Redonda, Interativo, Testemunhal, Instrucional, Quadros, Episódios, etc.

Desta forma, o autor conclui que o formato é uma nomenclatura para identificar a forma de produção de um gênero televisivo. “Formato está sempre associado a um gênero, assim como gênero está diretamente ligado a uma categoria.” (SOUZA, 2004, p. 46).

Souza (2004) ainda ressalta o fenômeno mundial da explosão de novos formatos de TV pelo mundo. Para o autor, estes novos formatos são causadores de uma disputa acirrada entre as concorrentes para se obter cada vez mais audiência.

### **2.3 Os gêneros jornalísticos**

Para Medina (2001) o universo jornalístico possui diversos gêneros que são classificados a partir da necessidade de produção dos veículos de consumo e também pelas manifestações culturais das áreas às quais as empresas jornalísticas se encontram. Diante disso, é necessário também estudar os fenômenos históricos que agregam determinada sociedade, não sendo possível determinar incisivamente gêneros jornalísticos universais, pois toda sociedade se mantém em constante movimento, ou seja, sempre está se transformando. “Gêneros aparecem, crescem, mudam e desaparecem conforme o desenvolvimento tecnológico e cultural de cada nação e de cada empresa jornalística”. (MEDINA, 2001, p.45).

Segundo o autor, a técnica de classificação de gêneros é algo que ocorre desde a Grécia Antiga, quando o filósofo Platão classificou o gênero sério e burlesco; o primeiro agrupava epopéia e tragédia, o segundo, comédia e sátira. Passado um tempo, e em prol das mudanças e avanços ocorridos na época, Platão

retornou a classificar, agora não mais de forma binária, mas entre três modalidades. O primeiro nomeado por “gênero mimético ou dramático”, incluía o fator tragédia e comédia, o segundo nomeado por “gênero expositivo ou narrativo” incluía os fatores ditirambo, nômico e poesia lírica, e por último, o terceiro era nomeado como “gênero misto” que incluía os fatores anteriores citados e também a epopéia. A partir disso, o filósofo Platão deu fundamento aos gêneros literários, ação chamada de tripartida.

Medina (2001) aborda também o fato de Platão ser um dos pioneiros a estudar os gêneros, quando também fez a definição de que textos literários são uma forma de contar histórias, narrar acontecimentos passados, presentes ou futuros. Nestes estudos, o autor faz uma crítica à Platão alegando que não podem ser misturados os gêneros. Porém, em seguida, voltou atrás de sua afirmação, pois passou a acreditar que a pureza dos gêneros não era possível de ser praticada, alegando agora que é algo impossível não misturá-los. O grande mistério dos gêneros é saber seus limites.

Para o autor, o hibridismo dos gêneros se revela em vários tipos de obras literárias, sendo possível concluir que não há como um texto conter a pureza dos gêneros, visto que um único texto pode ter um ou vários gêneros contidos.

Ao lidar com gêneros jornalísticos, os **gêneros discursivos** e seus respectivos fundamentos passam a ter um papel importante na pesquisa. Para Medina (2001) ao procurar definições para “discurso” no dicionário, é possível encontrar dois significados da palavra, sendo o primeiro definido por “exposição de um determinado assunto” e o segundo definido por “ato de comunicação linguística”

Diante de tais definições, o autor conclui que o discurso se modifica de acordo com quem o enuncia e que ele pertence unicamente a quem o proclama, adquirindo uma forma diferente quando citado por outra pessoa. Ou seja, a arte do discurso não se mantém somente no ato de escrevê-lo, mas no conjunto da escrita e de quem a proclama, sendo a língua um dos principais instrumentos do discurso.

Segundo Medina (2001), o texto escrito em si também possui um papel fundamental no discurso, podendo ser uma conversa ou poema, que alega o fato de que um texto sem gênero se esfarela. Desta forma, o texto se encaixa como um pensamento escrito, um plano de expressão para o discurso.

O autor ainda discorre sobre o fato dos gêneros discursivos serem canais de transmissão entre os pontos: história, sociedade e língua. A partir de estudos, Medina (2001) observa que a nomeada “corrente do discurso” é real, pois a natureza

do enunciado é de fundamental importância, sendo que esta permitirá também compreender de maneira mais correta as palavras e orações.

Um outro ponto abordado pelo autor são os chamados **gêneros midiáticos**, ou seja, os gêneros que circulam nas mídias. Segundo Medina (2001), definir um gênero que circula como canal de comunicação entre as mídias não é fácil, principalmente quando são ressaltados os gêneros jornalísticos.

Os gêneros jornalísticos possuem uma função importante quando se referem aos discursos diversificados gerados pela mídia de forma massificada, suscitando uma preocupação entre os estudiosos quando se trata de definições. Medina (2001), a partir do estudo de alguns conceitos em questão, descreve que os gêneros jornalísticos são “formas” que os profissionais da área utilizam para melhor se expressar e melhor serem entendidos pelo público. Ou seja, os gêneros jornalísticos tornam o texto jornalístico uma peça lida de forma mais motivadora e interessante. Quando Medina (2001) aborda os estudos de Gonzalo Vivaldi sobre a “linguagem de vida”, traz à tona o fato que a escrita quando usada nos recursos expressivos, consegue o êxito de descrever os variados acontecimentos diários com veracidade.

Para Medina (2001), os meios de comunicação em massa trazem consigo uma diversidade de gêneros midiáticos, dependendo muitas vezes da sociedade em que esses meios estão inseridos. O que pode ser um subgênero para uma determinada sociedade, para outra pode ser um supergênero como exemplo. Ou então, dependendo do país, um mesmo texto pode se encaixar em diversos gêneros diferentes, sendo associados e definidos a partir do embasamento artístico de peças teatrais, filmes, literatura, música e até mesmo localização geográfica. Portanto, os gêneros jornalísticos não são universais, pois se modificam conforme a cultura e o modo de vida de cada sociedade. Ainda assim, com o passar do tempo, esta mesma sociedade pode necessitar que seus gêneros jornalísticos definidos se modifiquem, pois a sociedade se mantém em constante transformação.

Segundo o autor, gêneros e subgêneros surgem e desaparecem a todo instante, enquanto alguns se consolidam e permanecem duradouros outros desaparecem. Um novo gênero sempre traz consigo a junção de um ou vários gêneros passados, sendo transformados a partir da necessidade social. Cada texto, envolto de um gênero, traz à tona a possibilidade de influenciar mudanças dentro do próprio gênero em que emerge ou motivar o surgimento de novos subgêneros, florescendo futuramente em gêneros maiores e mais fundados.

Como abordado neste trabalho, é impossível definir um gênero de forma universal, visto que torna-se mutável diante da realidade que cada sociedade traz consigo. Visto isso, quando se direciona os estudos de gênero para uma realidade mais próxima, encontra-se então a classificação dos gêneros jornalísticos brasileiros.

Para Medina (2001), os gêneros jornalísticos brasileiros seguem dois critérios: o primeiro tem por característica a reprodução do real, ou seja, o jornalista descreve os fatos de forma verídica trazendo a realidade para as palavras do texto, também conhecido por jornalismo informativo; o segundo critério visa uma leitura pessoal daquilo que é real de forma que o jornalista traz para o texto suas experiências vividas para escrevê-lo, além de sentimentos e emoções, ideias e valores. Ou seja, traz a informação a partir do seu ponto de vista, tornando o texto unicamente característico dele, sendo também conhecido por jornalismo opinativo.

Desta forma, Medina (2001) traz as classificações dos gêneros jornalísticos da seguinte maneira:

Quando refere-se ao **jornalismo informativo**, neste gênero cabem peças como: notas, notícias, reportagens e entrevistas.

Quando refere-se ao gênero denominado **jornalismo opinativo**, as peças mais comuns são: artigos, comentários, editoriais, resenhas, críticas, crônicas, colunas especializadas, cartas e caricaturas.

Porém, diante de determinada classificação daquilo que o autor trata como realidade, questiona-se um impasse sobre o que é real ou não. Ou seja, quando um jornalista modifica uma parte da realidade ou “abrilhanta” aquilo que se escreve para encaixar, como por exemplo, num texto opinativo, aquilo que é real deixa de ser por conta da sua parte voltada para a estética? Para Medina (2001) é possível concluir que a reprodução do real não é algo que se possa fazer fielmente. Entretanto, a leitura também é uma contribuinte para a infidelidade do texto com o real, visto que o receptor traz consigo também uma base cultural e pessoal, independente do que lê. Para maior objetividade, a “verdade” jornalística é uma utopia inalcançável.

Mas afinal, qual a finalidade dos gêneros jornalísticos no Brasil?

## 2.4 Gêneros jornalísticos no Brasil

Segundo Medina (2001), os gêneros jornalísticos no Brasil seguem quase a mesma objetividade dos gêneros de demais lugares do mundo. Ou seja, servem para orientar os escritores e leitores, motivando a leitura das peças jornalísticas, identificando conteúdos e suas correspondentes formas. Muitas vezes, os gêneros servem como canal de diálogo entre o emissor e o receptor, entre o jornal e o leitor. Sendo assim, os veículos jornalísticos aderem aos gêneros em que seu público possui maior afinidade, podendo ser modificados a qualquer momento ou mudança de aceitação do respectivo leitor. Em tese, os gêneros que predominam num determinado jornal, nada mais é que uma representatividade da maior, senão inteira, parte de seu público consumidor. Os gêneros jornalísticos trazem por objetividade os fatores informativos, opinativos, interpretativos ou de divertimento do leitor, é a forma que o jornalista expressa os fatos do cotidiano.

O autor Medina (2001) ainda determina que no Brasil há 4 grandes gêneros jornalísticos que predominam, sendo eles: informativo, interpretativo, opinativo e de entretenimento.

Quando refere-se ao gênero jornalístico interpretativo, caracteriza-o como sendo a forma mais objetiva possível de relatar um acontecimento. Ao caracterizar o gênero jornalístico interpretativo, também há o desejo de informar o leitor, porém ele divide o foco com a interpretação daquilo que o jornalista quer repassar. No gênero jornalístico opinativo, o ponto de vista do jornalista sobre determinado tema é o ponto focal de quem consome a peça. Por último, no gênero jornalístico entretenimento, o jornalista tem por objetivo informações focadas na distração do leitor.

Para o autor Medina (2001), esta classificação tem por objetividade a compreensão do processo jornalístico num todo. Como por exemplo, quando o leitor consome um editorial, é de extrema importância que saiba que nessa peça jornalística, ele encontrará não só informações como também a opinião pessoal do profissional que o escreveu. Muitas vezes, dentro destes gêneros jornalísticos propagados pelos canais midiáticos, a publicidade de produtos e a venda de estilos de vida tornam-se presentes.

Como descrito no trabalho, a fidelidade na reprodução do real é uma utopia jornalística, visto que os textos são escritos por indivíduos que trazem consigo seus

aspectos culturais e sociais. Com isso, a divisão entre Jornalismo informativo e opinativo “caem por terra”. Para Medina (2001) outro aspecto que é necessário abdicar-se também do gênero interpretativo, pois se o jornalista expressa sua forma de interpretar determinado acontecimento, então ele já está opinando.

Segundo o autor, o uso de títulos, chamadas e fotografias, por exemplo, como subgêneros são de fundamental importância, pois os mesmos possuem um papel importante na transmissão da mensagem desejada. Ou seja, estes componentes funcionam como um complemento do texto, contribuindo para que o leitor consuma o conteúdo de acordo com o objetivo de quem o produziu. Quando refere-se ao título, o mesmo traz consigo a finalidade de estimular a leitura do texto, fazendo com que o leitor consuma ou não determinado conteúdo. As chamadas possuem o papel de trazer a notícia da forma mais resumidamente possível, com o mesmo objetivo dos títulos de incentivar os leitores a consumirem o texto.

Quando o componente é a fotografia, onde alguns jornais brasileiros a classificam como gênero (por exemplo, a Folha de São Paulo), caracteriza-se às vezes como um complemento da notícia, outras vezes, a própria notícia onde sozinha fala por si só. Segundo Medina (2001), a fotografia é um recorte da realidade, através dela o leitor é submetido à sua interpretação visual própria, sendo um dos maiores meios propagados fiéis à realidade.

Outro exemplo possível de citar, segundo Medina (2001), é o emprego da caricatura como representatividade visual aos consumidores de notícias, sendo ela passada de um gênero opinativo para ilustrativo. Antes do uso da fotografia, a caricatura era usada para esse “recorte da realidade”, obtendo a função de mostrar visualmente as matérias jornalísticas da época. Hoje, é de costume que a caricatura seja usada como sátira ou peça humorística, não necessitando de um texto para complementá-la, mas sozinha a caricatura fala por si só. A caricatura nem sempre traz uma opinião expressa e, por isso, não é considerada totalmente um gênero opinativo. A mesma muitas vezes perde sua identidade humorística, quando usada para divulgação de personalidades pouco conhecidas ou políticos.

Outro subgênero digno de ser ressaltado é o folhetim, que nos tempos atuais são pouco usados, mas em épocas anteriores, tinha como função a arte do entretenimento. Folhetins, para Medina (2001), são recortes de capítulos literários ou novelas publicados em jornais. Assim como os folhetins, também pode-se incluir o

subgênero “campanha” que contém um formato ao qual presta serviço para informar e beneficiar a sociedade.

E, para melhor definir os gêneros jornalísticos, Medina (2001) cita algumas definições expressas no quadro abaixo:

**Quadro 2 - Gêneros Jornalísticos**

Análise	Aborda fatos relevantes que ocorreram recentemente, trazendo à tona consequências e antecedentes.
Artigo	Traz opiniões e interpretações de diversos profissionais que nem sempre são jornalistas.
Avulsas	Produzidas por agências de publicidade e propaganda,
Calhau	Divulgação sobre a própria empresa jornalística, utilizados para preencher espaços vazios no jornal.
Caricatura	Tem por forte característica seu aspecto sático e humorístico, onde muitas vezes expressa uma determinada opinião de forma explícita.
Carta ou Coluna do Leitor	Espaço reservado e dedicado aos textos do seu público consumidor, despertando no mesmo interatividade e proximidade entre transmissor e receptor.
Chamadas	Pequeno título ou resumo instituído na capa de um caderno ou jornal, onde também informa em que página da peça jornalística é possível ler aquela notícia num todo.
Classificados	Anúncio produzido pelos próprios cidadãos.
Coluna	Lugar reservado para determinada pessoa escrever regularmente.
Comentário	Espaço pequeno para abordar um fato de maneira interpretativa.
Crônica	Aborda aspectos do cotidiano num aspecto mais literário.
Cronologia	Relembra determinados fatos numa linha do tempo, não sendo necessário a utilização de texto para a compreensão da leitura.
Editorial	Espaço utilizado pelo próprio jornal para expressar sua opinião sobre algum fato recente e de grande repercussão.
Encartes	Propagandas que ocupando o espaço de toda uma página.
Enquete	Trata-se de uma pesquisa de opinião sobre determinado assunto.
Entrevista	Espaço utilizado para que o público conheça as opiniões de determinada pessoa, onde na maioria das vezes trata-se de uma figura pública, sobre um assunto em questão.
Nota	Espaço para relatar determinado acontecimento.
Notícia	Registro de fatos reais, sem entrevistados.
Obituário	Notícias sobre os óbitos recentes, estas informações são exibidas



	em espaços dedicados à elas.
Perfil	Uma forma de biografia dedicada a uma pessoa em questão.
Reportagem	Acoplado extenso de informações sobre determinada notícia.
Roteiro	Informações sobre eventos culturais.

Fonte: Medina, 2001

Diante desta tabela e de todo o estudo sobre gêneros jornalísticos abordados no presente trabalho, Medina (2001) conduz de forma resumida a maneira como os gêneros são próprios da sociedade onde cada indivíduo se encontra, não sendo eternos, podendo nascer e morrer novos gêneros a todo o tempo, dependendo da necessidade de cada ambiente em específico.

## **2.5 Eis o telejornalismo!**

Para Yorke (2006), antes de compreender o que é o telejornalismo, é necessário saber os caminhos de sua evolução. Por volta de 1960, a maior parte das emissoras pelo mundo aderiram ao formato do telejornalismo. Isso acontecia pois, algumas fontes disponibilizavam informação e logo a emissora iria com os seus equipamentos capturar imagens da futura notícia. Alguns dos marcos que o telejornalismo acompanhou e assim, o público também, foi o assassinato do presidente John F. Kennedy, Watergate, Guerra do Vietnã e outros. E desta forma, o telejornalismo ao exibir as notícias e realidades do mundo à sua audiência, influenciou de diversas formas na sociedade.

Assim, durante a década de 1980, quem quer que permanecesse cético sobre o poder do telejornalismo de influenciar a opinião pública deve ter mudado de ideia com a espantosa e espontânea resposta ao surgimento, em outubro de 1984, das tristes cenas da penúria na Etiópia. O ímpeto de criar o fundo de auxílio Band Aid e todas as outras iniciativas que se seguiram na tentativa de aliviar o sofrimento de milhares de pessoas podem ser diretamente atribuídas às reportagens vistas em aproximadamente 400 emissoras de radiodifusão. O mesmo pool de informações exibidas pelos telejornais influenciou a opinião pública sobre o que ocorria na década de 1990 em Ruanda, Kosovo e Indonésia (YORKE, 2006, p.3).

O telejornalismo, segundo Yorke (2006), passou a fazer parte da programação das emissoras televisivas e assim, do cotidiano do seu público. A sociedade passa a ser moldada pelas reportagens exibidas na TV. Os repórteres dos telejornais ganham fama, embora mantenham suas vidas privadas longe dos próprios noticiários.

Yorke (2006) alega que o telejornalismo passou a ser um tema conceituado em âmbitos acadêmicos, se tornando alvo de pesquisas aprofundadas pelos sociólogos, como é o caso da teoria *Agenda Setting* onde, o jornal possui o poder em escolher quais pautas apresentar e de que forma serão apresentadas.

Coutinho (2003) aponta as diferenças entre as notícias veiculadas na TV com, até então, jornal impresso. A notícia quando veiculada na TV, se detém ao limite do tempo, diferente do jornal impresso onde suas “barreiras” são o espaço físico na folha do jornal.

Desta forma, segundo Coutinho (2003), o jornal televisivo transmite informações de forma mais coesa, pois há espaço para relatos e discursos organizados segundo as narrativas televisivas (formato), quando comparado ao impresso.

Fruto de uma forte seleção, a dimensão da notícia televisiva é limitada por exigência de tempo, espaço a ser ocupado no fluxo audiovisual. Assim, cada notícia em TV deve ser oferecida em pacotes informativos com cerca de 90 segundos (um minuto e meio), sendo possível a ampliação desses limites em casos excepcionais, ou de excepcional interesse e atração da audiência (COUTINHO, 2003, p.6).

Sendo assim, outra característica do jornalismo televisivo, é a instantaneidade. Na TV, é possível a transmissão de “boletins”, formato esse que transmite a notícia recém acontecida ao público, sem uma apuração mais aprofundada. Para o autor, há uma contradição a este fato, pois ressalta a imersão no conteúdo que o jornal impresso traz, onde é necessário um período de tempo maior antes de divulgar a notícia.

## **2.6 Telejornalismo brasileiro**

Conforme Mello (2009), o surgimento do telejornalismo no Brasil muitas vezes é confundido com a chegada da televisão no país. A primeira transmissão televisiva no Brasil foi realizada em 18 de setembro de 1950, quando o jornalista Assis Chateaubriand inaugurou o canal 3, conhecido por TV Tupi, onde transmitiu para cerca de 100 televisores na capital de São Paulo. Porém, foi no dia seguinte, 19 de setembro de 1950, que o primeiro telejornal foi exibido no novo veículo de comunicação, nomeado “Imagens do Dia”. Jornal este que exibia de forma “bruta”, imagens sem edição, os acontecimentos diários.

De 19 de setembro de 1950 à diante, o telejornalismo no Brasil possui a habilidade de impulsionar os outros veículos da época (rádio e impresso), motivando-os a comunicarem com a mesma eficiência. Sendo assim, para Mello (2009), a televisão não se limita apenas em entretenimento, mas também em ser uma propagadora de informação.

Para Paternostro (2006) o telejornal era constituído de notas, onde o jornalista fazia a narração dos acontecimentos (voz) enquanto era exibido imagens que ilustravam a notícia. Embora o “Imagens do dia” tenha sido o primeiro telejornal a estreiar na tela da TV brasileira, o grande sucesso nesta categoria foi o “Repórter Esso”.

Também exibido pela TV Tupi de São Paulo, o Repórter Esso, assim como demais programas da época, recebeu este nome devido a um de seus patrocinadores. O telejornal estreou em 1953 e, marcado pela pontualidade das 20h, apontava as principais notícias do dia pela apresentação do jornalista, anteriormente radialista, Kalil Filho. A narrativa passa a ser direcionada ao veículo televisivo, trazendo um texto mais objetivo complementado pelas imagens, deixando uma marca registrada logo na abertura com o jargão “Aqui fala o seu Repórter Esso, testemunha ocular da história”. Segundo Paternostro (2006), nesta frase já é possível encontrar as características televisivas: a fala famosa fazendo uso de voz e a palavra “ocular” que faz referência a imagem que o veículo transmite.

Para Kogut (2017), o “Repórter Esso” fez parte das principais atrações da TV Brasileira, permanecendo na grade durante 18 anos (1952-1970) e saindo após a marca *Esso* retirar o patrocínio. Em sua última exibição, o telejornal mostrou as principais notícias exibidas ao longo de toda a história do programa, mesmo recurso utilizado na última transmissão do jornal na rádio (1998), emocionando milhões de fãs.

Ao decorrer dos anos, novos telejornais foram surgindo. Em sua grande maioria, estes programas se concentravam no então nomeado “horário nobre” da TV brasileira (20h), onde a sociedade se reunia na sala, após um dia cansativo de trabalho, para se informar dos principais fatos do dia. O que antes era um hábito no início da manhã com os jornais impressos fazendo parte da mesa de café, passou a ser parte da rotina noturna, uma nova forma de encerrar o dia.

Outro fato marcante na história, foi também a estreia do primeiro telejornal exibido em nível nacional, o famoso e ainda referente programa conhecido por “Jornal Nacional”. Transmitido pela emissora Globo, o Jornal Nacional estreou em 1º de setembro de 1969 e continua na programação até os dias de hoje, recebendo também o título de telejornal mais antigo ainda no ar. O programa foi pensado por uma equipe de jornalistas, contendo nela nomes como Armando Nogueira e Alice Maria, sendo possível sua transmissão a nível nacional, ao vivo, através de um sistema de emissão por satélites e por microondas desenvolvido pela Embratel. O Jornal Nacional também se destaca por ser o primeiro a exibir imagens coloridas, ter correspondentes internacionais e trazer fatos no mesmo instante em que aconteciam. Inspirado no modelo dos telejornais norte americanos, o programa caminha junto com a evolução tecnológica e novas editorias, permanecendo a liderar a audiência nacional em seu horário de exibição.

Segundo Zahar (2004), no livro “Jornal Nacional a notícia faz história”, a primeira exibição do programa teve apenas 15 minutos, sendo ele de segunda a sábado. As manchetes eram lidas de maneira ágeis e rápidas por dois apresentadores. Ao contrário do Repórter Esso que tinha por formato exibir as notícias principais por último, o Jornal Nacional iniciava com os fatos mais importantes e encerrava com informações leves conhecida como a matéria “boa-noite”. Porém, para o autor, a característica mais influente do Jornal Nacional foi noticiar os fatos através de entrevistas e testemunhos, trazendo uma maior veracidade na informação.

Quando terminou a primeira edição do Jornal Nacional, preparada com tanto cuidado, o clima na redação era de festa pelo sucesso da operação. Armando Nogueira conta que naquele dia sua preocupação básica era estritamente técnica: o êxito da transmissão em rede nacional. Eram grandes os riscos, e o medo de que algo desse errado tomara conta da equipe. Mas a estreia fora um sucesso, todos estavam emocionados. (ZAHAR, 2004, pág. 25)

Depois do sucesso dos telejornais em horário nobre, era hora de uma nova aventura. O jornal “Bom dia São Paulo” se destaca na história do telejornalismo por ser o primeiro a desejar “bom dia” ao invés de “boa noite”. O Bom dia SP teve o lançamento em 1977, na TV Globo, e abriu as portas para o jornalismo matutino, tendo início logo às 7h da manhã, de segunda a sexta-feira. O objetivo inicial do matutino era ser um programa para “prestação de serviço”, usando pela primeira vez o equipamento *UPJ* no jornalismo diário, onde então era possível a entrada de repórteres ao vivo fora dos estúdios. Os repórteres do Bom dia SP faziam *links* dos principais pontos da cidade de São Paulo, prestando serviço através de notícias atuais sobre trânsito nas rodovias, fluxo de aeroportos, tempo, movimentação da cidade e etc. Após o sucesso do telejornal, o mesmo estilo foi adotado em praças de transmissão diferentes, regionalizando a notícia de acordo com o público. O formato do telejornal, que tem por destaque a característica comunitário, permanece até os dias atuais.

Após o sucesso do Bom dia São Paulo, a emissora Globo aposta em sua exibição em nível nacional. Mantendo ainda o jornal original nas praças regionalizadas, com o formato comunitário, o nacional adota um novo estilo e reformula o então conhecido método de se fazer telejornal. O agora nomeado “Bom dia Brasil”, além das notícias habituais, aborda também temas como moda, culinária, comportamento e etc.

Para Bistane e Bacellar (2010), outras emissoras acompanharam a evolução do telejornalismo e estrearam “apostando” alto nesse formato. Em maio de 1967 a TV Bandeirantes iniciou as transmissões sendo parte delas conteúdo jornalístico, seguida da criação da Fundação Padre Anchieta, surgindo então a TV Cultura. Em 1984, a TV Cultura faz uma de suas principais transmissões em exibir ao vivo o comício “Diretas-já”.

Segundo a autora Paternostro (2006), a reformulação dos telejornais se mantém constante. Em 1988, com a estreia do telejornal TJ Brasil, exibido pela emissora SBT, teve como marco o primeiro programa jornalístico da TV brasileira a ter um âncora. Boris Casoy, famoso por sua habilidade na imprensa escrita, passa a ser o âncora do TJ Brasil, responsável por apresentar, dirigir, opinar e comentar as notícias exibidas no telejornal. Sua fama e credibilidade somaram positivamente para o êxito do programa. A população sentia-se representada pelas falas opinativas

do âncora. O que diferencia o âncora para o apresentador é a capacidade de opinar e comentar as notícias transmitidas.

Em 1991, a emissora SBT estreou um programa jornalístico com interesse em conquistar as classes inferiores, sendo destinado objetivamente às classes C, D e E. Surge então o telejornal “Aqui e Agora”, com duração de duas horas em horário nobre, o programa jornalístico tinha por principais características: apelos, sensacionalismo, flagrantes, denúncias, reportagens policiais em ação, tensão e violência. O programa aumentou a audiência da emissora e foi tratado como sendo um “show de notícias”. Ele permaneceu na grade de programação até 1997.

Desta forma, as emissoras prosseguiram investindo em conteúdos jornalísticos, modernizando a parte técnica e adaptando a linguagem de acordo com seu público alvo.

## **2.7 TV por assinatura**

Para Paternostro (2006), os avanços tecnológicos sempre influenciaram na evolução do telejornalismo. A criação da TV impulsionou de forma significativa a importância de se “fazer notícia” e, para dar continuidade nessa evolução, o jornalismo passou a ter um papel ainda mais presente no cotidiano da sociedade quando as portas da “TV por assinatura” se abriram.

Idealizada pelos norte-americanos para chegar a lugares de difícil acesso, como regiões montanhosas, os vendedores de aparelhos televisivos passaram a puxar cabos de antena até casas onde a imagem chegava com chuviscos e péssima qualidade, e assim, cobravam pelo serviço. Esta forma de serviço comunitário foi o primórdio da TV a cabo nomeado por CATV (*Community Antenna Television System*).

Em meados de 1970, este sistema não concentrava-se somente nas regiões distantes dos EUA, mas também passou a fazer parte das grandes metrópoles com o diferencial de possuir canais de programação especializados e de conteúdos temáticos. Desta forma, foram surgindo emissoras que exibiam apenas movimentos na bolsa de valores, previsão do tempo, eventos culturais e etc. Este avanço tecnológico deu início a era da segmentação, onde os telespectadores pagavam por

canais temáticos com programações especiais, como por exemplo, focadas no jornalismo. Eis então o *PAY-TV*, a TV por assinatura.

Para Kogut (2017), a TV por assinatura se resume em “...acertou o coração de seu público ao falar francês com os francófonos, oferecer noticiário da Deutsche Welle para os alemães e tratar de natureza para os amantes do tema ou de viagens para os aventureiros...” (KOGUT, 2017, pág. 236)

No Brasil, a TV por assinatura chegou com atraso. Marcado pelo Canal+ (*Canal Plus*), em 1989, a TV paga no Brasil se destacou com conteúdos especializados na área do jornalismo, esporte, música e variedades. Os primeiros canais pagos de maior sucesso no Brasil, segundo Paternostro (2006), foram: TVA e GloboSat.

A GloboSat optou por programar seus canais, dar conteúdos diferenciado a eles. Na época do lançamento, eram quatro canais: Telecine, com exibição de filmes 24 horas por dia, sem intervalos comerciais; GNT - GloboSat News Television, com 18h no ar, e uma grade composta por noticiários da CNN, documentários sobre ciência, saúde, medicina, turismo e cultura comprados de emissoras estrangeiras e noticiários nacionais; Multishow, com programas de variedades, shows, músicas, óperas, balés, teatros com 18 horas no ar; Top Sport, com os melhores e mais importantes eventos esportivos produzidos TVs de todo mundo (em 1º de janeiro de 1994, o canal mudou para Sportv). (Paternostro, 2006, pág. 46)

O telejornalismo também possui um lugar de honra na TV brasileira por assinatura. Em 1996, o canal Globo News passa a ser o primeiro a exibir notícias 24h por dia. Uma programação composta somente por telejornais, a emissora passa a ser referência de audiência entre os demais canais pagos. Ao longo da programação, as notícias são abordadas de forma cada vez mais abrangente, composta por dados extras e comentários especializados, de maneira que o telespectador sempre encontre visões e enfoques diferentes. Os assuntos jornalísticos variam de economia e política a esportes e notícias internacionais, ao qual possui por destaque os programas: “Em cima da hora”, que vai ao ar 22 vezes dentro de uma programação de 24h; “Jornal das Dez”, primeiro telejornal (TV fechada), de nível nacional, que vai ao ar todos os dias.

## 2.8 Telejornalismo contemporâneo

Para Emerim (2020) o telejornalismo brasileiro evoluiu de maneira significativa dentro desses 70 anos, sofrendo mudanças tanto nas formas de transmissão como também nas produções, tudo através dos avanços tecnológicos. Diante da migração do jornalismo para a TV, algumas adaptações passaram a ser necessárias no meio:

Para estar sempre na frente e acompanhar de perto os acontecimentos de impacto nas sociedades, os telejornais mudaram e exigiram das emissoras o investimento em equipamentos de última geração e a contratação de profissionais qualificados. Na velocidade das mudanças na história e na tecnologia, os profissionais do telejornalismo precisam caminhar rápido para não perder de vista as novas tendências dos meios de comunicação de massa. Hoje, para cobrir os acontecimentos locais, estaduais, nacionais e internacionais, os telejornais vão à beira de seus limites e, a partir de formatos particulares, que seguem as exigências de cada emissora, tentam levar o mais rápido e com a qualidade exigida o acontecimento para o seu público-alvo (MELLO, 2009, pág.1).

Mello (2009) relata que, ao longo dos anos, as emissoras introduziram novas tecnologias que surgiram com o propósito de atrair e manter a fidelidade da audiência. Com o avanço da internet, em 1990, os telejornais se moldaram mais uma vez, passando a disponibilizar os conteúdos transmitidos na TV nas redes digitais. Essa nova proposta, além de permitir a consulta nas notícias (ato impossibilitado na TV), também influenciou o crescimento do fluxo das informações entre a população.

Com o avanço das novas mídias digitais, a sociedade se reformulou e aderiu à tecnologia cotidiana, transformando suas práticas de consumo. Desta forma, o telejornalismo segue também as novas atualizações, incluindo nas redações equipamentos para facilitar a prática como os *smartphones*.

As redações então passaram a ter mais facilidade em entrar em contato com os entrevistados e personagens, flexibilizando os métodos de gravação e edição de matérias e reportagens. Ao passar do tempo, o uso do *smartphone* se legitimou no telejornalismo de tal forma que não alterou a linguagem do produto final, mantendo a essência base do jornalismo na TV.

A partir disso, foram identificados quatro possibilidades de usos do smartphones na composição das matérias: 1) Jornalista não estava no local do fato: os jornalistas buscam material feito por quem presenciou determinadas situações, como um flagrante, por exemplo, antes das



equipes de televisão chegarem ao local da notícia; II) Jornalista busca nas redes sociais imagens sobre personagens das matérias: nesse sentido, as redes sociais tornaram-se fonte importante de conteúdo para os jornalistas durante a edição e produção de uma matéria; III) Jornalista não tem acesso aos equipamentos profissionais: pode acontecer em uma situação de risco e/ou segurança da equipe ou até mesmo quando não há autorização para gravação com equipamentos profissionais e IV) Telejornal pede imagem: os jornalistas podem pedir para as suas fontes gravarem vídeos para serem usados nas reportagens. (EMERIM, 2020, pág. 19)

Para Emerim (2020), o *smartphone* possibilita também que o jornalista esteja por dentro dos acontecimentos de forma dinâmica, prática e rápida. O mesmo possibilita uma outra inovação no telejornalismo: a interatividade.

A relação com a audiência, permitida através do uso do *smartphone*, quebra a distância entre quem faz TV e quem assiste TV. Hoje, segundo jornalistas entrevistados pelo autor, muitas pautas são criadas pelo público e enviadas como sugestão para os telejornais. Outros, enviam vídeos e fotos como conteúdo para matérias a serem exibidas na TV. Emerim (2020) pontua que antes o público procurava por conteúdo, mas nos dias atuais o conteúdo procura o público.

Segundo o autor, ainda é necessário seguir o padrão estético visual e de conteúdo dos telejornais para assim manter sua identidade televisiva. Porém, diante das necessidades muitas vezes vivenciadas, os fatos não deixam de ser noticiados.

Mais informações sobre este tema serão abordadas no capítulo seguinte.

### **CAPÍTULO III: A EVOLUÇÃO NO TELEJORNALISMO**

Para Canavilhas (2014) o homem desde a pré história possui a necessidade de marcar e registrar de alguma forma os principais acontecimentos da vida e sua evolução. Com o passar dos anos, ele deixa de riscar em pedras e paredões para fazer uso dos meios de comunicação como forma de registrar os acontecimentos ocorridos por todo o mundo. A evolução do ser humano das cavernas para homens cultos sentados em poltronas na sala de estar para assistir ao telejornal, representa figurativamente o quanto a forma de se comunicar evoluiu, principalmente no telejornalismo.

Rocha (2019) pontua o avanço tecnológico como protagonista desse progresso, sendo responsável pela criação de novos aparelhos de transmissão, como também satélites modernos de alto alcance para o aperfeiçoamento do telejornalismo. Onde antes somente as grandes emissoras transmitiam as principais notícias e, as emissoras menores retransmitiam essas matérias, muitas vezes chegando às reprisar, agora até as menores tinham acesso a entradas ao vivo direto do local do acontecimento, produzindo suas próprias reportagens e alcançando um público televisivo cada vez maior.

Outro avanço sobre a evolução nas formas de consumo do telejornalismo foi a adesão do país aos canais de TV pago, alguns destinados exclusivamente a transmitir notícias cerca de 24h por dia.

Em pouco tempo, outras redes de televisão passam a criar seus canais de notícias: a Rede Bandeirantes com a TV Band News (criada em março de 2001) e a Rede Record com a Record News (criada em setembro 2007), que faz transmissões também na TV aberta. Os canais de telejornalismo deram ao espectador a possibilidade de acompanhar mais de perto as notícias do dia, não dependendo exclusivamente dos horários fixos de exibição da grade de programação. Com os serviços via satélite, esses canais também inovam com as transmissões ao vivo dos acontecimentos locais e internacionais, investindo na instantaneidade da notícia. Além das grandes reportagens, trazem também programas especializados em formatos jornalísticos de entrevistas e debates. (ROCHA, 2019, pág. 30)

A autora ressalta que o telejornalismo atual, embora seja veiculado na TV, usa da internet para melhor execução das produções de conteúdo, sendo possível realizar pesquisas mais amplas e alcançar pessoas, como entrevistados e personagens, do mundo inteiro. O telejornalismo convergente sofreu uma

modificação nas formas de produzir e no cotidiano das redações, se modificando para o padrão da TV digital e da edição não-linear.

Sem dúvida, uma das grandes mudanças nas rotinas produtivas do jornalismo televisivo foi trazida pela edição não-linear. Todo o trabalho foi revisto: padrões de enquadramento, cor, iluminação, ângulos, captação de áudio. As etapas de produção viveram a adaptação ao formato digital. A edição não-linear também possibilitou que fossem agregadas informações visuais (grafismos) às notícias, de forma a oferecer mais clareza aos dados mais difíceis de serem entendidos por grande parte da população. Essa operação exigiu uma sintonia entre os vários profissionais envolvidos no processo: o editor de texto, o editor de imagem e o editor de arte. (ROCHA, 2019, pág. 30)

Não somente os telejornais fizeram uso da internet para pesquisas e contatos, como também passaram a usar desse meio para disponibilizar os conteúdos, como reportagens e entrevistas, em sites próprios e nas redes sociais. A partir deste marco, a internet tornou-se o meio do telejornalismo disponibilizar ao público seu conteúdo após a exibição na TV.

Para Rocha (2019), os telejornais atraem o público da TV para as respectivas redes que trazem consigo o nome e a identidade do programa, oferecendo conteúdos extras aos do exibido na TV, como programação completa, bastidores, entrevistas exclusivas ou sem cortes e etc. A internet no telejornalismo não é usada apenas como um aparelho retransmissor do conteúdo, mas também possibilita o público escolher o melhor horário para consumo, muitas vezes gerando interação nas redes através de comentários e das famosas “curtidas”. As redações aproveitam de maneira estratégica o retorno das formas de consumo que a internet dá acesso, observando os tipos de conteúdos com maior adesão do público e produzindo assim materiais semelhantes.

O diferencial da presença dos telejornais na internet trouxe ao telespectador a oportunidade de ter uma parcela de interação com a equipe do telejornal ou com convidados. Por meio de chats, fóruns, enquetes e salas de bate-papo, os telespectadores eram incentivados a enviar perguntas, sugestões, emitir opiniões e estabelecer uma relação mais próxima com os produtores e convidados dos telejornais. Por sua vez, a equipe responsável pelo telejornal pôde conhecer mais de perto o seu público e perceber quais eram suas preferências, o que permitiu favorecer a busca pela qualidade e a conquista de maior audiência do programa televisivo. (ROCHA, 2019, pág. 31)

A autora, ao escrever sobre o telejornalismo na internet, cita os avanços do mesmo no universo das redes sociais. Com isto, o conteúdo que era destinado à TV e depois disponibilizado no mesmo formato na internet, passa a sofrer adaptações na forma de linguagem, ou seja, o mesmo conteúdo adaptado ao “idioma” das redes.

Por se tratar de telejornalismo, a expansão é mais evidente em mídias sociais e aplicativos que têm como base o formato audiovisual (Snapchat), ou apresenta ferramentas que permitem a produção e postagens de vídeos (Facebook, Twitter ou Instagram, Facebook Live, Periscope e Instagram Stories). O Snapchat e o Instagram (com a funcionalidade Instagram Stories) são aplicativos apoiados na publicação de mensagens instantâneas baseadas em imagens, fotos e vídeos, que se limitam à duração de 10 segundos. Em ambas as mídias, as publicações ou histórias são agrupadas em uma fileira de pequenos círculos no aplicativo e são removidas do servidor depois de 24 horas, caso sejam compartilhadas para todos os seguidores nas “histórias”. (ROCHA, 2019, pág. 31)

Para finalizar os avanços, por hora, no mundo do telejornalismo é necessário ressaltar a tecnologia imersiva no campo da reportagem. Para Rocha (2019) a imersão começa quando os programas passam a usar de câmeras 360° para “levar” o público aos locais de reportagem sem ao menos sair do conforto de suas casas. A imersão 360° derruba a parede entre o telespectador e os bastidores, pois tudo ali passa a ser observado.

A ampliação dos ângulos de imagens possibilitada pelos vídeos 360 graus torna-se possível em virtude das imagens capturadas serem sobrepostas num continuum, indo além das possibilidades das antigas fotografias panorâmicas. Ângulos inusitados, como os detalhes do teto de um teatro, a plateia de um show, as pessoas atrás do cinegrafista, diferentes imagens podem ser exploradas pelos espectadores, oferecendo a sensação de presença e de autonomia, diferente das reportagens tradicionais em que o enquadramento escolhido pelo cinegrafista define o que se pode ver na tela. (ROCHA, 2019, pág. 32)

A autora ainda pontua que esta imersão propõe ao público explorar o ambiente e traz tecnologia também no âmbito cenário. Além de ser um baixo custo, pois é necessário apenas uma câmera apropriada para 360°, o conteúdo pode ser exibido em tempo real ou sem cortes, não necessitando do trabalho posterior de edição.

Para Canavilhas (2014) a memória jornalística antes guardada em grandes arquivos impressos ou em fitas de vídeo, hoje possui um espaço na internet aberto

para consumo não só de jornalistas ou pessoas da área, mas a memória no mundo atual está disponível a cada um que quiser “*dar um google*”.

### **3.1 Processo metodológico: passo a passo da análise**

O presente trabalho tem por objetivo desenvolver uma monografia dando ênfase à evolução do telejornalismo no Brasil, apresentando pontos visíveis ao telespectador que sofreram alterações ao longo dos anos. Segundo Severino (2013) a monografia é um trabalho científico destinado a um assunto único em específico.

Os trabalhos científicos serão monográficos na medida em que satisfizerem à exigência da especificação, ou seja, na razão direta de um tratamento estruturado de um único tema, devidamente especificado e delimitado. O trabalho monográfico caracteriza-se mais pela unicidade e delimitação do tema e pela profundidade do tratamento do que por sua eventual extensão, generalidade ou valor didático. (SEVERINO, 2013, pág. 176)

Para a concepção da monografia, foram realizadas duas formas de pesquisas metodológicas: bibliográfica e documental. A primeira etapa foi necessário fundamentar tópicos que se destacam no assunto comunicação e telejornalismo, abordando autores com embasamento na história da comunicação, bem como a criação técnica e de conteúdo dos meios de comunicação, apontando também especialistas na linguagem jornalística num todo, afunilando especificamente no conteúdo utilizado no Telejornalismo.

A partir das definições e conceitos, foi possível elaborar os dois primeiros capítulos deste trabalho com êxito, trazendo à tona os principais fatores da evolução do mercado jornalístico até os dias atuais. Estes capítulos tiveram como processo metodológico a pesquisa bibliográfica, trazendo autores de renome da área como Juarez Bahia, Nilson Lage, Mário Erbolato, Luciana Bistane, Luciane Bacellar e muitos outros. A pesquisa bibliográfica nada mais é que:

A pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utiliza-se de dados ou de categorias teóricas já trabalhados por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir das contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos. (SEVERINO, 2013, pág. 106)

No terceiro capítulo, o processo metodológico se destina à pesquisa documental, fazendo uso de arquivos, como vídeos e fotos, para a conclusão da análise. Por se tratar de trazer pontos que se sobressaltam quando o assunto é telejornalismo, a pesquisa abordou os aspectos de evolução e comparativos de: Cenário, Figurino, tecnologia e novos equipamentos. A pesquisa documental trata-se de:

No caso da pesquisa documental, tem-se como fonte documentos no sentido amplo, ou seja, não só de documentos impressos, mas sobretudo de outros tipos de documentos, tais como jornais, fotos, filmes, gravações, documentos legais. Nestes casos, os conteúdos dos textos ainda não tiveram nenhum tratamento analítico, são ainda matéria-prima, a partir da qual o pesquisador vai desenvolver sua investigação e análise. (SEVERINO, 2013, pág. 107)

Para melhor delimitar, os aspectos serão analisados em telejornais espalhados na grade de programação, das quatro principais emissoras de TV aberta no Brasil segundo o IBOPE. Para o aspecto “figurino” será analisado perfis de jornalistas que fazem, ou já fizeram parte, de algumas destas grandes emissoras.

Segundo o site UOL, de acordo com os dados do ano de 2022 da *Kantar Ibope Media*<sup>1</sup>, as quatro maiores emissoras do Brasil são: Globo (10,8 pontos); Record TV (4,1 pontos); SBT (3,3 pontos) e Band (1,1 pontos). Sendo que, cada ponto equivale a 270 mil domicílios, com média de 3 moradores em cada residência.

Desta forma, a seguinte análise se concentra em uma pesquisa documental, com o estudo de telejornais transmitidos pelas emissoras quatro principais emissoras, abordando a evolução dos elementos: cenário, figurino, tecnologia e novos equipamentos. A análise também trará alguns conceitos apresentados na pesquisa bibliográfica para assim fundamentar com mais êxito as vertentes desenvolvidas.

---

<sup>1</sup> Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2022/02/04/veja-o-ranking-de-ibope-da-tv-aberta-redet-v-ja-ronda-o-traco.htm>> Acesso em: 10 de out. de 2023.

### 3.2 Cenário: o cartão postal

Há muitos aspectos visuais que se modificaram no telejornalismo assim que observado a “olho nu”. O cenário, por ocupar cerca do plasma televisivo por um todo, talvez seja o mais perceptível pelo público, já que sofreu diversas mudanças ao longo dos anos. Pode-se dizer que o cenário é a embalagem do telejornal, o primeiro elemento a chamar a atenção do telespectador assim que passa pela TV.

As mudanças são palpáveis quando formas, cores, elementos gráficos, bancadas, tecnologia e etc, fazem parte de um vasto processo de aperfeiçoamento do telejornalismo para melhor atender o público e ser cada vez mais referência estética, agregando também, de forma indireta, mais credibilidade em seu conteúdo.

Ao buscar pelo histórico de um dos jornais mais antigos da TV brasileira e que ainda se mantém no ar, o Jornal Nacional (Globo), é possível notar as transformações ao longo dos anos. No ano de 1969 estreou o famoso Jornal Nacional, apresentado por Hilton Gomes e Cid Moreira, o cenário trazia consigo uma bancada simples e seu logo ao fundo. As cores neste primeiro cenário não importavam, pois a TV ainda mantinha seu aspecto primário: preto e branco.

Na figura abaixo, é possível observar os traços característicos do primeiro cenário do Jornal Nacional (1969):

**Figura 1** - Primeiro cenário do Jornal Nacional



Fonte: Memória Globo, 2022a.

Nesta imagem, observa-se dois apresentadores sentados com uma “parede” logo atrás, não dando profundidade ao cenário e até mesmo gerando uma sombra. A logo projetada em vários tamanhos na tapadeira ao fundo, aparentando ser da mesma cor, num aspecto mais sóbrio. As bancadas idênticas, porém individuais.

Ao seguir a linha cronológica, em 1972 o programa jornalístico já havia conquistado um grande público. Com o surgimento da TV em cores, neste mesmo ano, o Jornal Nacional muda de cenário a fim de caminhar com o avanço tecnológico.

O novo ambiente manteve a logo do programa “JN” com uma iluminação atrás do letreiro dando destaque. Como o telejornal passou a exibir notícias na esfera mundial, o desenho do mapa mundi toma conta de quase toda a tapadeira principal, localizada atrás dos apresentadores. Agora em uma única bancada, os cinegrafistas exploram o cenário ao exibir um plano aberto. O site Memória Globo, ao descrever os cenários do jornal<sup>2</sup> ao longo dos anos, relata que os profissionais tiveram várias oficinas para trabalhar com a técnica do Chroma Key na cor azul, além de adaptar a iluminação de forma que as cores favorecessem o tom de pele amarelado do apresentador Cid Moreira, já que o mesmo costumava jogar tênis muitas vezes embaixo de sol.

**Figura 2** - Cenário do Jornal Nacional pós TV em cores



Fonte: Memória Globo, 2022b.

<sup>2</sup> Disponível em:

<https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-nacional/noticia/cenarios.ghtml>> Acesso em: 10 de out. de 2023.



Ao comemorar 35 anos do telejornal no ar, virada do século no ano 2000, o Jornal Nacional revolucionou todos os cenários do gênero que existiam na TV brasileira, tornando o programa mais humanizado. O cenário ganha como seu maior elemento os bastidores que, no Jornalismo, chama-se: redação.

Em cima de um mezanino de três metros e meio de altura, a bancada toma a forma de uma mesa de trabalho, com computador, papéis, canetas e dois lugares para os âncoras. Sem tapadeiras, tinha como cenário a redação real do jornalismo Globo Rio, com profissionais da área trabalhando a todo momento. Não era uma projeção, nem Chroma Key, ou uma encenação, a redação era transmitida todos os dias, em tempo real, durante a exibição do Jornal Nacional. Uma comprovação de que se tratava realmente de uma redação, eram as mesas dos profissionais desorganizadas como de habitual.

O novo cenário dos anos 2000 era comandado pela apresentação do casal William Bonner e Fátima Bernardes. Com uma visão aérea da redação ao fundo e de alguns televisores exibindo notícias do Brasil e do mundo, o cenário manteve o globo como de costume, feito com uma estrutura em “fatias”, mas em grande proporção comparado aos anteriores. Também conservou o logo do programa, desta vez em acrílico, situado nas duas laterais.

**Figura 3** - Primeiro cenário de telejornal com redação



Fonte: Na telinha, 2017.

Desta forma, de acordo com as novas tendências e avanços tecnológicos, o Jornal Nacional seguiu transformando seu cenário em referência no meio do telejornalismo.

Atualmente, o programa trocou de *Set*, passando a ocupar uma área duas vezes maior que a anterior. Com 1.370 metros quadrados, segundo o site G1, a redação agora passa a ser constituída de jornalistas da Globo<sup>3</sup>, Globonews e do próprio portal de notícias da internet, o G1.

Além da amplificação da redação, outra mudança no novo cenário do Jornal Nacional foi uma tecnológica tela de LCD dupla, que fica entre a redação e a bancada, onde projeta os elementos tradicionais mapa mundi e logo JN, mas de forma moderna. A redação é transformada por um telão ao fundo que contribui para a composição da tela LCD atrás da bancada. O mezanino passa a ser mais rebaixado que o anterior, aproximando o público e os âncoras da redação. O fator mais inusitado deste novo cenário são as projeções de linhas em 3D, exibidas nas saídas e entradas de intervalo, dando a impressão de conectividade dos jornalistas com a notícia em tempo real, contribuindo para a eficácia e credibilidade do conteúdo transmitido.

A maior alteração se vê na saída para o intervalo. O anúncio das notícias do próximo bloco aparece em uma tela LCD dupla, que também recebe projeção aumentada e, assim, dá um efeito 3D nas imagens. Como explicou a reportagem, "o novo cenário é formado por duas camadas de imagens. Primeiro um vidro de 15 metros em curva, que varia do fosco para o transparente. E, ao fundo, um telão gigante de três metros de altura por 16 de largura". (ESTADÃO, 2017)

É possível perceber os elementos citados nas imagens abaixo:

---

<sup>3</sup> Disponível em:

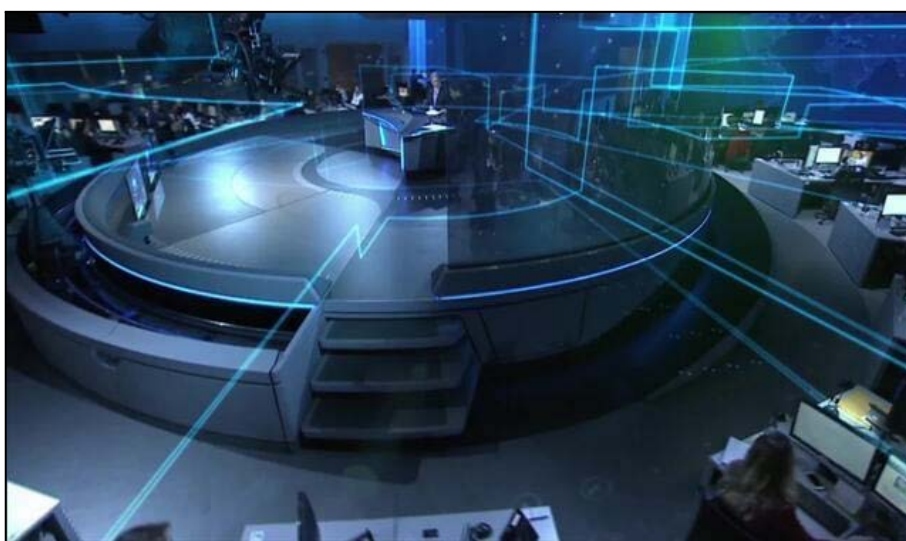
<<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/06/veja-como-foi-construcao-do-novo-cenario-do-jornal-nacional.html>> Acesso em: 10 de out. de 2023.

**Figura 4 - Atual cenário do Jornal Nacional**



Fonte: Estadão, 2017.

**Figura 5 - Linhas 3d em cenário do Jornal Nacional**



Fonte: G1, 2017

Desta forma, as mudanças ocorridas nos cenários dos telejornalismos concentrados nas maiores emissoras do país são notórias ao decorrer da história, confirmando que nem todos mantêm o padrão de redação, bancada, casal de jornalistas e entre outros aspectos. No jornal Primeiro Impacto, exibido no SBT, o jornalista possui uma bancada menor e mais alta, servindo apenas de apoio, pois o mesmo fica de pé durante toda a exibição do noticiário. Outro modelo de formato são os sem bancada, que permite uma dinâmica maior do jornalista, como é o caso do jornal Cidade Alerta, da Record TV. Ambos são exibidos durante o dia, permitindo

que este tipo de cenário mais “descontraído”, quando comparado com os jornais noturnos, sejam mais aceitáveis pelo público.

**Figura 6** - Bancada de apoio no telejornal Primeiro Impacto



Fonte: TV Pop, 2023.

**Figura 7** - Telejornal Cidade Alerta sem bancada



Fonte: Portal R7, 2022.

Outro item de cenário que foi se aperfeiçoando ao longo do tempo e caminhando de acordo com a evolução tecnológica, são os *LEDs*. É possível perceber a presença dessas telas em quase todos os cenários de telejornal como no Jornal da Band (Band), onde o *LED* se tornou o próprio cenário. O telão ocupa cerca de todo fundo e possui um efeito “camaleão”, mudando de cor ou imagem de acordo com a notícia a ser relatada pelo jornalista presente sentado na bancada em frente.



Nas eleições presidenciais de 2022, a emissora Record TV produziu um telejornal especial para transmitir em tempo real as apurações e fez uso não somente de um *LED* ao fundo como também um no chão para compor o cenário. O telão de fundo mostrava as informações e imagens da votação e apuração, já o telão no chão era responsável por exibir o mapa do Brasil que direcionava, de forma gráfica, a região do país ao qual se referiam àquelas informações.

**Figura 8** - Tela de led no Jornal da Band



Fonte: Band Jornalismo, 2023.

**Figura 9** - Chão de led na apuração das Eleições 2022



Fonte: Portal R7, 2020.

Para Rocha (2019), com a chegada do telejornalismo convergente, os programas adaptaram seus cenários para caminhar junto com os avanços tecnológicos no meio midiático e no mundo. Segundo a autora:

A maioria dos telejornais da TV lançou seus novos cenários. Como elemento comum, os cenários dos telejornais registravam a presença de suas redações com os profissionais trabalhando em ambiente contíguo, como fundo de cena ou como parte do cenário, além da presença de várias telas distribuídas pelo espaço de apresentação do telejornal. Desde então, a ideia de manter a redação do telejornal como elemento integrante do palco de apresentação vem sendo atualizada e absorvida nas produções de jornalismo televisivo. (ROCHA, 2019, pág.30)

A partir desta análise de cenários no telejornalismo, é possível declarar que não é apenas um elemento visual, mas o mesmo trabalha a fim de transmitir uma mensagem indireta sobre tecnologia e credibilidade.

### **3.3 Figurino: perfil e personalidade**

Para Barbeiro (2002), no telejornalismo, a imagem caminha junto com a palavra, devendo evitar a diferença entre elas. Por exemplo, como dar a notícia de baixas temperaturas com uma jornalista vestindo roupas de calor? É fato, para uma boa comunicação acontecer no telejornalismo, a imagem fala o mesmo “idioma” que a palavra.

Desta forma, assim como o cenário compõe a mensagem a ser transmitida nos telejornais, o figurino caminha no mesmo objetivo estético em integrar a notícia. Para melhor analisar o fenômeno da moda no jornalismo, é preciso comparar perfis que usam da roupa para transmitir personalidade junto de credibilidade.

Pode-se, metaforicamente, pensar o figurino como componente de uma “pintura”, conjunto de pinceladas, ao mesmo tempo sobre, entre e dentro de outros conjuntos de pinceladas, que são o cenário, a luz, a direção e tudo o mais que compõe o espetáculo. A soma desses conjuntos injeta cor, forma e textura nos personagens que transitam em uma determinada cena, soma essa que finalmente forma um quadro. Esse agregado a todos os outrossim, informará os detalhes da peça de teatro, do filme, da novela de televisão, do balé, procurando na sobreposição de todos esses fatores a perfeita harmonia do espetáculo. (LEITE, 2002, pág. 63)

Ao longo da história do Jornalismo, profissionais que estavam em frente às câmeras procuravam padronizar um estilo mais sério e íntegro. Os homens buscavam ternos, camisas e gravatas como “armadura” da veracidade ao noticiar os acontecimentos. As mulheres em cores sóbrias, masculinizaram seu estilo em busca de credibilidade e respeito, sendo que, os ternos, as camisas, cabelos curtos não faziam apenas parte do figurino masculino mas do feminino também, seguindo um padrão norte americano de telejornalismo. Uma das grandes jornalistas da TV Brasileira, Fátima Bernardes, em seu histórico como apresentadora no Jornal Nacional (Globo), adotou um estilo padronizado, abusando de camisas e cortes curtos de cabelo. Na imagem a seguir, é possível perceber o padrão da jornalista em bancada.

**Figura 10** - Estilo padrão Fátima Bernardes



Fonte: Alagoas 24 horas, 2008.

Em seu último dia no Jornal Nacional (Globo), anos depois, a apresentadora recorreu a uma camisa em seda com um tom de rosa vibrante, diferenciando da paleta sóbria padronizada no início da carreira. Outro diferencial foi o corte de cabelo da jornalista, destacando para um tamanho mais alongado e com luzes nas pontas. Como foi a exibição de despedida de Fátima Bernardes, toda a composição da

imagem da apresentadora repercutiu de forma leve e alegre, passando um aspecto positivo aos telespectadores.

**Figura 11** - Fátima Bernardes em sua última participação no Jornal Nacional



Fonte: Purepeople, 2023.

Recentemente, a jornalista apresentou um programa durante as manhãs da rede globo, nomeado de “Encontro com Fátima Bernardes”. Sem cunho jornalístico, a produção conta com a participação de pessoas renomadas e assuntos em alta debatidos de forma descontraída. Para o programa de entretenimento, Fátima adotou um estilo totalmente oposto ao de costume, explorando roupas mais femininas como saias e vestidos, apostando em cores, acessórios e um cabelo ainda mais longo. Toda a transformação da apresentadora contribuiu para a identidade do programa, afirmando o ideal de que imagem e palavra caminham juntas.



**Figura 12** - Fátima Bernardes em conteúdo de entretenimento



Fonte: Estrelando, 2022.

Outra jornalista de renome mas que não precisou sair do nicho do telejornalismo para adaptar seu visual de forma mais moderna foi a conhecida Maju Coutinho. A profissional, após anos do estilo padronizado em frente às câmeras, ganha destaque ao revelar um novo estilo baseado nas cores alegres e vibrantes. Looks com combinações inusitadas, Maju conta com moda, credibilidade e muita cor. Segundo o site Extra (2020), a apresentadora faz uso da tendência *color block*<sup>4</sup>, ou seja, bloco de cores. O *color block* propõe combinações inusitadas de cores, separando cada peça em uma tonalidade ou gerando tais pontos de cor dentro do look, como é possível observar nas seguintes propostas de figurino da Maju Coutinho:

---

<sup>4</sup> Disponível em:

<<https://extra.globo.com/mulher/moda/color-block-tonalismo-15-looks-de-maju-coutinho-para-se-inspirar-na-tendencia-24497031.html>> Acesso em: 17 de out. de 2023.

**Figura 13 - Estilo color block de Maju Coutinho**



Fonte: Extra, 2020.

Além do estilo colorido, Maju Coutinho ressignifica as cores de forma ainda mais célebre ao ser a primeira jornalista negra a apresentar o Jornal Nacional. Derrubando os padrões do telejornalismo, ela também exibe os cabelos de forma natural com cachos soltos e volumosos.

**Figura 14 - Cabelo natural de Maju Coutinho**



Fonte: Poder 360, 2019.

Conclui-se a análise de figurinos diante dos perfis de jornalistas, a profissional Mari Palma é referência no estilo jovial e despojado. Quebrando todos os paradigmas de vestimenta habitual em telejornais, a profissional abusa de jeans,

tênis e camiseta. O estilo da jornalista chamou atenção dos telespectadores, tornando Mari conhecida pelos seus looks diferentes e até mesmo pelo seu comportamento mais espontâneo em frente às câmeras.

**Figura 15** - Estilo descolado de Mari Palma



Fonte: Cool Magazine, 2020.

Para o stylist Thiago Setra (2020), do site Cool Magazine, o estilo diferenciado de Mari Palma surge quando os olhares estão voltados para o Jornalismo por conta das notícias sobre a pandemia da Covid-19, trazendo a proposta de um novo para o telejornalismo sem perder a credibilidade. Segundo ele:

Não há nada mais genuíno do que nos inspirar em pessoas com conteúdo, as mulheres do jornalismo que estão na linha de frente das informações que recebemos são mulheres poderosas, inteligentes e cultas. Então a ideia é linkar elas as tendências de moda e sair da ideia do padrão do jornalismo, afinal de contas elas também são influência para os telespectadores que as consomem. Com todas as atenções viradas a elas, o mercado está olhando com outros olhos para o jornalismo. (SETRA, 2020)

Desta forma, é perceptível que as evoluções do telejornalismo, assim como o figurino que traz consigo, caminha de acordo com os passos que a sociedade dá, a fim de melhor se comunicar com o público que o assiste.

### 3.4 Tecnologia no telejornalismo

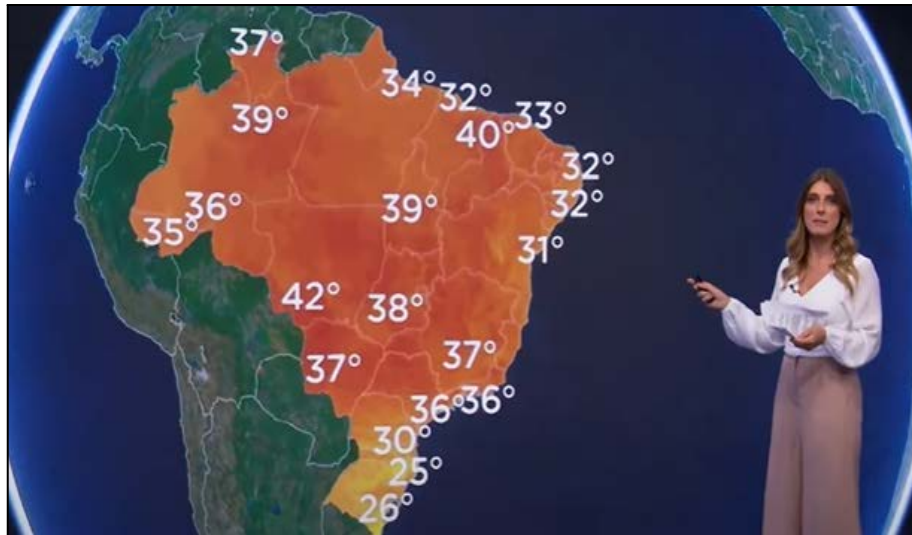
Os itens ressaltados na análise, cenário e figurino, se enquadram dentro de uma perspectiva estética. Porém, o telejornalismo sofreu evoluções também em outras áreas, como na tecnologia.

Antes, era comum ver os âncoras terem o auxílio de fichas e papéis em cima da bancada. Com a evolução tecnológica nos bastidores, o *teleprompter* (espécie de televisor que espelha o texto para os jornalistas lerem enquanto apresentam) passou a ser essencial para a eficiência em transmitir a notícia.

Outras evoluções tecnológicas passaram a fazer parte do dia a dia dos jornalistas e das redações, também conquistando as bancadas com *notebooks* e *tablets* que, além de compor o cenário, são utilitários. Outro exemplo são os repórteres que a cada dia mais fazem uso de *smartphones* para apoio na leitura de textos em matérias gravadas ou ao vivo.

Um dos telejornais que fazem uso de uma nova tecnologia, durante a previsão do tempo, é o Jornal da Band (Band). A jornalista, enquanto noticia as temperaturas dos próximos dias, possui em mãos um controle que possibilita a mudança do mapa meteorológico em tela. Essa autonomia permite que a profissional se liberte de um texto programado, comentando sobre o tempo de forma espontânea e proporcionando que os âncoras também comentem e interajam com a jornalista. Por ser um telejornal exibido em horário nobre na emissora Band, a dinâmica do tempo que um simples controle viabiliza, faz com que o conteúdo seja leve durante sua exibição. Abaixo, é possível ver o controle nas mãos da jornalista do tempo Joana Treptow:

**Figura 16** - Controle para previsão do tempo



Fonte: Band Jornalismo, 2023.

Outra tecnologia que passou a fazer parte dos telejornais da TV brasileira foram os *tablets*. Um pequeno aparelho semelhante a uma “placa”, com este recurso os jornalistas conseguem um apoio de texto e também atualizações da notícia em tempo real. Os *tablets*, às vezes, são substituídos por *notebooks* que possuem a mesma função tecnológica. Estes itens tecnológicos que compõem o telejornal, além de serem úteis ao profissional, passam a ideia de um conteúdo moderno e avançando ao público, contribuindo de forma indireta na credibilidade do conteúdo.

O Jornal Hoje (Globo), exibido às 13h, traz como cenário apenas uma bancada de apoio e, em cima dela, um *notebook*. Ali o jornalista o possui como auxílio caso ocorra algum problema com o texto no *teleprompter* ou precise receber alguma atualização da notícia. Desta forma, eis o *tablet/ notebook*: a folha tecnológica.



**Figura 17** - Uso do notebook no Jornal Hoje



Fonte: Portal G1, 2023.

No Jornal da Record (Record TV), exibido em horário nobre na emissora, conta com o auxílio de *tablets* na bancada composta pelos jornalistas Christina Lemos e Celso Freitas.

**Figura 18** - Uso de tablet no Jornal da Record



Fonte: Portal R7, 2023.

Uma tecnologia usada pela Rede Globo na apuração das eleições de 2022 conta com a versatilidade da notícia. Um televisor que, em tempo real, apresentava os números de votos por região, pautando também a porcentagem e o *ranking* dos candidatos. O televisor de *LED* também dava a possibilidade de controlá-lo com a

tecnologia *touchscreen*, ou seja, os jornalistas de forma espontânea e interativa guiavam as informações juntamente com o aparelho.

**Figura 19** - Tela interativa nas Eleições 2022



Fonte: Globoplay, 2022.

Os aparelhos tecnológicos possibilitaram uma melhora na comunicação dos telejornais, mas há um outro elemento que contribuiu para o alcance e contato com o público. Esse elemento também surgiu com a era da tecnologia, sendo a mais nova espécie de carta ao leitor. Este novo elemento chamamos de redes sociais.

Com o surgimento das redes sociais, os telespectadores passaram também a serem internautas, possuindo contas para compartilhar suas conquistas e intimidades. Os telejornais não ficaram para trás, aproveitaram a nova onda em busca de seguidores.

Vale ressaltar que, os seguidores das contas dos telejornais nas redes são o público da TV que, além de assistirem diariamente em seus televisores, estendem o consumo do conteúdo jornalístico até as plataformas digitais.

Para Rocha (2019) esta é a fase do Jornalismo imersivo que, através das plataformas digitais, amplia seu conteúdo e público da televisão na internet. Segundo a autora:

O diferencial da presença dos telejornais na internet trouxe ao telespectador a oportunidade de ter uma parcela de interação com a equipe do telejornal ou com convidados. Por meio de chats, fóruns, enquetes e salas de bate-papo, os telespectadores eram incentivados a enviar perguntas, sugestões, emitir opiniões e estabelecer uma relação mais próxima com os produtores e convidados dos telejornais. Por sua vez, a equipe responsável

pelo telejornal pôde conhecer mais de perto o seu público e perceber quais eram suas preferências, o que permitiu favorecer a busca pela qualidade e a conquista de maior audiência do programa televisivo. (ROCHA, 2019, pág. 31)

Ainda sobre a convergência do público televisivo para a internet, Rocha (2019) pauta a questão dos horários de exibição, onde há uma liberdade de escolha na internet sem precisar ficar preso a determinada grade de programação.

As formas de consumo do telejornalismo também foram alteradas. Além de assistir às edições dos telejornais por telefones celulares com receptor de TV nos horários da emissão da TV aberta, os programas passaram a ser vistos também em horários escolhidos pelo espectador por meio dos portais dos telejornais, via computador, ou simultaneamente pelo aparelho televisor, celulares e tablets, no fenômeno da segunda tela. (ROCHA, 2019, pág. 31)

Desta forma, um exemplo de interatividade do público das redes sociais no telejornal é o quadro do Jornal da Record (Record TV) chamado “Tempo Delivery”. O mesmo conta com a participação de perguntas sobre a previsão do tempo enviadas por meio das redes sociais, sendo respondidas ao vivo pela jornalista que noticia o tempo. Além da previsão do tempo, a jornalista dá dicas de cuidado com sol forte ou temporais.

**Figura 20** - Tempo Delivery no Jornal da Record



Fonte: Portal R7, 2023.

Uma das redes sociais mais usadas pelos telejornais é o *Instagram*, possibilitando que sejam postados conteúdos como fotos, vídeos e textos. Muitas



vezes, a rede é usada para atualizar os telespectadores sobre acontecimentos, desdobramento de notícias e até mesmo bastidores.

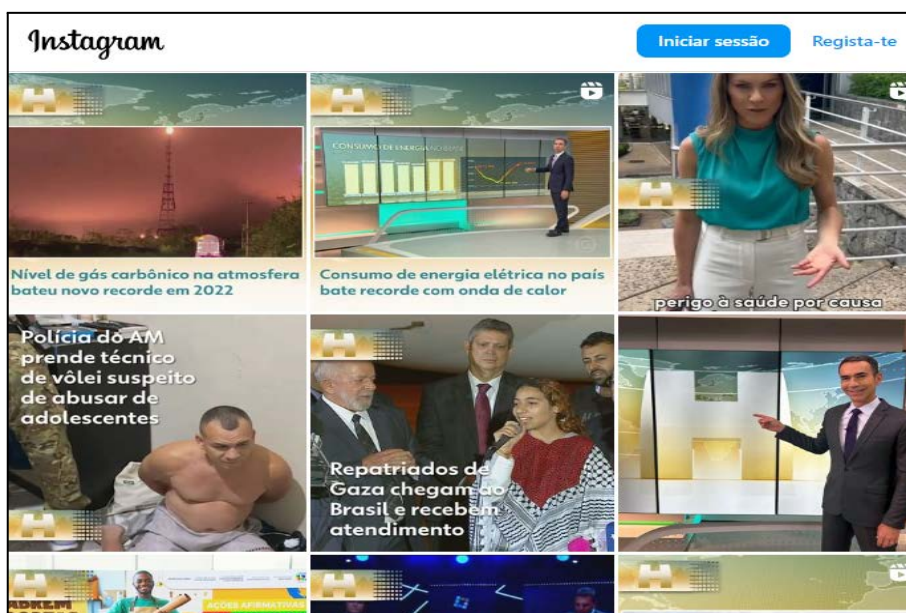
Utilizando o Jornal Hoje (Globo) como exemplo, pois o mesmo conta com cerca de um milhão e seiscentos mil seguidores no *Instagram*, o telejornal se tornou referência nas redes sociais como sendo um canal de informação eficiente.

**Figura 21** - Perfil do Jornal Hoje no Instagram



Fonte: Jornal Hoje/Instagram, 2023a.

**Figura 22** - Postagens no Instagram do Jornal Hoje



Fonte: Jornal Hoje/Instagram, 2023b.

Sendo assim, é possível ver os avanços tecnológicos da sociedade em meio a modernidade adotada pelos telejornais brasileiros nos dias atuais.

### 3.5 Novos equipamentos técnicos

Como é possível ver nas análises anteriores, a estética e a tecnologia no telejornalismo avançaram de acordo com o modernismo de cada geração. A forma de fazer jornalismo se adaptou e modelou-se para melhor atender seu público e facilitar a eficiência dos profissionais da área.

A reportagem, item que compõem o telejornal, também sofreu alterações no seu modo de produção. Para Barbeiro (2002), o principal elemento que garante matérias e conteúdos exclusivos é a reportagem. Para o autor, é necessário que o jornalista possua uma gama de fontes e as cultive, não dispensando também a necessidade de uma boa pesquisa para que a reportagem seja cada vez mais imersiva no assunto tratado.

Para se fazer uma boa reportagem não é necessário arriscar a vida. O repórter não precisa assumir o personagem de super-homem entrando em prédios em chamas, pendurando-se em janelas, etc. Nunca deve se oferecer como refém em acontecimentos policiais. Não é sua função. Deixe isto para o Clark Kent. (BARBEIRO,2002, pág. 72)

Atualmente, as reportagens evoluíram perante a parte de produção e técnica. Os jornalistas, com o uso dos smartphones, conseguem entrar em contato com pessoas do mundo inteiro, seja por mensagem, voz ou vídeo, tudo em tempo real. A tecnologia facilitou o processo de produção de reportagens.

Outro ponto que corrobora para o padrão das reportagens são os novos equipamentos utilizados para captação de imagem e som. Grandes reportagens costumam contar com a participação de *drones* (equipamento este responsável por imagens aéreas), uma edição mais elaborada com efeitos visuais e gráficos, além de trilhas sonoras que caminham e contam a mesma história que as imagens e o texto. Na figura a seguir, demonstra tal modernidade a partir de uma imagem aérea de drone para reportagem no Jornal da Record (Record TV):

**Figura 23** - Imagem do Cristo Redentor feita de drone



Fonte: Band Jornalismo, 2021.

Um exemplo de conteúdo jornalístico dinâmico e que faz uso dos novos equipamentos do mercado da tecnologia são as imagens ao vivo que entram no telejornal Cidade Alerta (Record TV). Essas imagens são exibidas em tempo real, captadas através de uma câmera de alta resolução acoplada na parte inferior de um helicóptero. O famoso “Comandante Hamilton”, piloto da aeronave, ronda a grande São Paulo pelos ares à procura de perseguições policiais, quadrantes, protestos, enchentes e etc. A câmera, além de uma alta definição para manter a qualidade da imagem na TV, é a prova de alta pressão do ar, resistente a ventos fortes e chuvas, fatores consequentes de ser unida ao helicóptero.

**Figura 24 - Helicóptero com câmera acoplada**



Fonte: Domingo Show, 2016.

Outro equipamento que auxilia durante as entradas ao vivo nos telejornais, é o atual *mochilink*. Este faz o papel dos *carros links* que antes eram usados para as transmissões ao vivo de lugares distintos aos da redação. Para o *carro link* atuar era necessária toda uma logística, contando com a participação de uma equipe de profissionais técnicos, além de ser limitada sua localização.

**Figura 25 - Carro link**



Fonte: Jornal da economia, 2014.

O *mochilink* não depende de um carro para funcionar, apenas de uma mochila que dentro porta um *chip* de internet que possibilita a transmissão em tempo real. O que antes era necessário uma equipe inteira, agora apenas uma dupla formada pelo

cinematista e repórter conseguem gerar tal conteúdo, além de ter uma maior facilidade quanto a localidade que o *mochilink* alcança.

**Figura 26** - Mochilink



Fonte: STI Telecom, 2021.

Não é apenas o *mochilink* que possibilita a produção de imagens em localidades distantes, mas o *smartphone* também. Além de servir como instrumento de trabalho nas redações, muitos jornalistas já aderiram a matérias com imagens feitas nesse aparelho popular. Um item tão comum nas mãos da população, que nas mãos de um bom repórter vira equipamento, operando muitas vezes em momentos em que o jornalista não possui ajuda de uma equipe técnica. Caco Barcellos, jornalista a 50 anos e atual apresentador da Globo, adotou o aparelho na produção de suas grandes reportagens.



**Figura 27** - Produção de reportagem com smartphone



Fonte: Folha de S.Paulo, 2022.

Muitos dos cidadãos possuem uma “alma” jornalística, aproveitando o aparelho popular, *smartphone*, para registrar acontecimentos. Muitas vezes, o único registro do fato são imagens amadoras captadas pelo público, onde servem de material para a notícia e são exibidas nos telejornais.

**Figura 28** - Imagem feita por telespectador usada em telejornal



Fonte: SBT News, 2023.

### 3.6 Compêndio da análise

Desta forma, os elementos analisados nas principais emissoras de TV aberta no Brasil (Globo, Record TV, SBT e Band), destacam-se pela qualidade e a forma como servem de referência para emissoras menores. A equipe comercial de vendas desenvolve um papel fundamental na coleta de dados do Kantar Ibope Media e, diante de números positivos, oferece os horários da grade de programação para a divulgação de marcas e produtos durante os intervalos. Sendo assim, quando o programa de telejornal é influente na emissora e conquista uma boa audiência, conseqüentemente também atrai uma verba maior para manter os itens da análise atualizados e de última geração.

As mídias contemporâneas, como as redes sociais, tem provocado uma aproximação maior do público com os apresentadores/jornalistas e bastidores, pois percebe-se tal migração do conteúdo da TV para a internet. Uma não substitui a outra, mas juntas se complementam. As novas tendências no jornalismo nem sempre são vistas de forma positiva, visto que, por vezes, causam a queda da audiência diminuindo o fluxo de vendas comerciais na televisão. Outro fator sobre as redes é que a mesma possibilita uma interação com o telespectador, mas em contrapartida, o excesso de informação e o fácil acesso às notícias geram conflitos entre as concepções do público, além de dar abertura para críticas e opiniões.

Diante de tais evoluções, outras já atuam na área de forma positiva e outras ainda estão sendo experimentadas. O tempo, junto com o modernismo, traz ao telejornalismo uma nova faceta a cada descoberta. Informar, com verdade e neutralidade, continua a ser o objetivo do profissional da área, independente do cenário, figurino, tecnologia ou novos equipamentos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A monografia, em seu intuito de estudar sobre as transformações no telejornalismo brasileiro, foi desenvolvida a partir das pesquisas: bibliográfica e documental. Baseada em teorias sobre autores especializados na área e um banco vasto de imagens e vídeos disponibilizado via Internet, que proporcionou a comparação entre passado e presente, foi capaz de chegar ao objetivo inicial da pesquisa. Analisou-se então as transformações ocorridas ao longo da história, juntamente com os contextos históricos que influenciaram tais modernidades, suas adaptações positivas ou negativas e se a identidade telejornalística ainda se mantém fiel.

Muitos foram os desafios ao longo da investigação, nota-se uma ausência em livros e artigos atuais que discorrem sobre a modernidade nos veículos televisivos destinados ao Jornalismo. Um meio mais contemporâneo de pesquisa que contribuiu positivamente para a execução do projeto foram os *sites* de plataforma digital (Internet), os mesmos funcionam como uma grande biblioteca de arquivos midiáticos, demonstrando que as mudanças também chegaram na forma de fazer se monografia.

A partir de estudos, foi identificado que as transformações no telejornalismo não ocorreram só para atender a necessidade do público, como pensado antes da análise. Compreende-se que os próprios profissionais da área anseiam pelas novas formas e já não se contentam em seguir um padrão norte-americano robotizado. A aproximação e linguagem pessoal no jornalismo atual contribui para um conteúdo cada vez mais humanizado, aliás o jornalista é gente como a gente.

Desta forma, o presente trabalho coopera com estudos atuais e futuros sobre o telejornalismo brasileiro, agregando um novo ponto de vista para a sociedade acadêmica e também para a autora que, cada vez mais se cativa pela comunicação, a maneira como a mesma muda o mundo e se permite ser mudada por ele.

Por fim, conclui-se que os olhos do público estão cada vez mais voltados para a criatividade nas formas de se dar a notícia. Agora, além de inovar, aderir aos novos costumes e se reinventar, o profissional de jornalismo ainda precisa manter a sua grande tarefa primária, não abandonando a essência inicial de sua missão: informar.



## REFERÊNCIAS

- ANÃO Marquinhos voa com Hamilton e vive as emoções de um dia de Cidade Alerta. **Domingo Show**, 2016. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=zwR8\\_RTuZkw](https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=zwR8_RTuZkw). Acesso em: 15 de nov. de 2023.
- ASSISTA à íntegra do Jornal da Record 13/11/2023. **Portal R7**, 2023. Disponível em: <https://noticias.r7.com/jr-na-tv/integras/videos/assista-a-integra-do-jornal-da-record-13112023-14112023>. Acesso em: 14 de nov. de 2023.
- ASSISTA à íntegra do Jornal da Record 28/04/2023. **Portal R7**, 2023. Disponível em: <https://noticias.r7.com/jr-na-tv/integras/videos/assista-a-integra-do-jornal-da-record-28042023-29042023>. Acesso em: 13 de nov. de 2023.
- BAHIA, Juarez. **História, jornal e técnica**: as técnicas do jornalismo. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual de telejornalismo**: Os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Contexto, 2010.
- BRUNO Covas e Guilherme Boulos disputam 2º turno em São Paulo. **Portal R7**, 2020. Disponível em: <https://www.r7.com/movel/aplicativos/record-tv/videos/bruno-covas-e-guilherme-boulos-disputam-2-turno-em-sao-paulo-16112020>. Acesso em: 13 de out. de 2023.
- CACO Barcellos troca a câmera pelo celular em seus 50 anos de reportagem. **Folha de S.Paulo**, 2022. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/cristina-padiglione/2022/02/caco-barcellos-troca-a-camera-pelo-celular-em-seus-50-anos-de-reportagem.shtml>. Acesso em: 16 de nov. de 2023.
- CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Cavilhão: Labcom, 2014.
- CENÁRIOS. **Memória Globo**, 2022a. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-nacional/noticia/cenarios.ghtml>. Acesso em: 11 de out. de 2023.
- CENÁRIOS. **Memória Globo**, 2022b. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-nacional/noticia/cenarios.ghtml>. Acesso em: 10 de out. de 2023.
- COLOR block e tonalismo: 15 looks de Maju Coutinho para se inspirar na tendência. **Extra**, 2020. Disponível em:

<https://extra.globo.com/mulher/moda/color-block-tonalismo-15-looks-de-maju-coutinho-para-se-inspirar-na-tendencia-24497031.html>. Acesso em: 17 de out. de 2023.

COUTINHO, Iluska. **A busca por critérios editoriais em telejornalismo**: notas sobre a exigência de conflito nas notícias televisivas. Intercom, Vitória/ES, p. 1 - 14, setembro, 2003. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/22100027085715797739185807449425447781.pdf> . Acesso em: 23 mar. de 2023.

CRIATIVIDADE no caos. **Cool Magazine**, 2020. Disponível em: <https://coolmagazine.com.br/criatividade-no-caos/>. Acesso em: 17 de out. de 2023.

EMERIM, Cárilda. ; PEREIRA, Ariane. (Org.) ; COUTINHO, Iluska. (Org.) . **Telejornalismo contemporâneo**: 15 anos da Rede Telejor. Florianópolis: Insular, 2020.

EQUIPE do SBT vem a São Roque realizar testes antes de inauguração do sinal HD. **Jornal da Economia**, 2014. Disponível em: <https://jeonline.com.br/noticia/1536/equipe-do-sbt-vem-a-sao-roque-realizar-testes-antes-de-inauguracao-do-sinal-hd>. Acesso em: 16 de nov. de 2023.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo**. São Paulo: Editora Ática, 2006.

ESTE foi o último corte de cabelo de Fátima na bancada do 'Jornal Nacional', em dezembro de 2011. **Purepeople**, 2023. Disponível em: [https://www.purepeople.com.br/midia/m\\_m21467](https://www.purepeople.com.br/midia/m_m21467). Acesso em: 15 de out. de 2023.

FÁTIMA Bernardes deixa o Jornal Nacional. **Alagoas 24 horas**, 2008. Disponível em: <https://www.alagoas24horas.com.br/762736/fatima-bernardes-deixa-o-jornal-nacional/>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

FÁTIMA Bernardes quer deixar o encontro para priorizar vida pessoal. **Estrelando**, 2022. Disponível em: <https://www.estrelando.com.br/nota/2022/02/02/fatima-bernardes-quer-deixar-o-encontro-para-priorizar-vida-pessoal-diz-colunista-266272/foto-1>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

GUERRA em Israel: Brasileiro é encontrado morto após ataque do Hamas. **SBT News**, 2023. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_5Mk\\_iJ8To](https://www.youtube.com/watch?v=_5Mk_iJ8To). Acesso em: 20 de nov. de 2023.

JORNAL da Band 10/11/2023. **Band Jornalismo**, 2023. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=4QaM\\_lkf4kg](https://www.youtube.com/watch?v=4QaM_lkf4kg). Acesso em: 18 de nov. de 2023.

JORNAL da Band 14/11/2023. **Band Jornalismo**, 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Vhtbk0cEDXo> . Acesso em: 18 de nov. de 2023.

JORNAL Hoje. **Instagram**, 2023a. Disponível em: <https://www.instagram.com/jornalhoje/?hl=pt>. Acesso em: 14 de nov. de 2023.

JORNAL Hoje. **Instagram**, 2023b. Disponível em: <https://www.instagram.com/jornalhoje/?hl=pt>. Acesso em: 14 de nov. de 2023.

JORNAL Nacional estreia novo cenário. **Estadão**, 2017. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/tv/jornal-nacional-estreia-novo-cenario/>. Acesso em: 12 de out. de 2023.

KOGUT, Patrícia. **101 atrações de TV que sintonizaram o Brasil**. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2017.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2019.

LEITE, Adriana. **Figurino**: uma experiência na televisão. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

MAJU Coutinho é a 1ª mulher negra a apresentar o JN. **Poder 360**, 2019. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/maju-coutinho-e-a-1a-mulher-negra-a-apresentar-o-jornal-nacional/>. Acesso em: 17 de out. de 2023.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**: Uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

MEDINA, Jorge. **Gêneros jornalísticos**: repensando a questão. Revista Synposium, p.45 - 55, janeiro a junho, 2001. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/3196/3196.PDF> . Acesso em: 23 mar. de 2023.

MELLO, Jaciara. **Telejornalismo no Brasil**. Secal, Biblioteca on-line de ciências da comunicação, v. 13, p.1 - 11, 2009. Disponível em : <http://bocc.ufp.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf> . Acesso em: 26 mar. de 2023.

MOCHILINK. **STI Telecom**, 2021. Disponível em: <https://www.stitelecom.com.br/products/mochilink/>. Acesso em: 18 de nov. de 2023.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV**: manual do telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

RELEMBRE outros cenários do Jornal Nacional ao longo de mais de 45 anos. **Na Telinha**, 2017. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/colunas/direto-da-telinha/2017/06/23/relembre-outros-cenarios-do-jornal-nacional-ao-longo-de-mais-de-45-anos-108484.php>. Acesso em: 11 de out. de 2023.

PRIMEIRO Impacto vira tapete da Record e completa 15 dias seguidos em 3º lugar. **TV Pop**, 2023. Disponível em: <https://www.tvpop.com.br/135885/audiencias-12-abril-primeiro-impacto-vira-tapete-da-record-e-completa-15-dias-seguidos-em-3o-lugar/>. Acesso em: 12 de out. de 2023.

REPORTAGEM especial: um passeio até o Cristo Redentor. **Band Jornalismo**, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jEMyvk6s2c>. Acesso em: 16 de nov. de 2023.

ROCHA, Liana Vidigal; SILVA, Sérgio Ricardo (Org.). **Comunicação, jornalismo e transformações convergentes**. Palmas: Eduft, 2019.

SETRA, Thiago. Criatividade no caos. **Cool Magazine**, 2020. Disponível em: <https://coolmagazine.com.br/criatividade-no-caos/>. Acesso em: 17 de out. de 2023.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2013.

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

VEJA como foi a construção do novo cenário do Jornal Nacional. **Portal G1**, 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/06/veja-como-foi-construcao-do-novo-cenario-do-jornal-nacional.html>. Acesso em: 12 de out. de 2023.

VEJA o destaque do Cidade Alerta desta quarta (30). **Portal R7**, 2022. Disponível em: <https://recordtv.r7.com/cidade-alerta/videos/veja-o-destaque-do-cidade-alerta-desta-quarta-30-30112022>. Acesso em: 12 de out. de 2023.

VEJA os destaques do Jornal Hoje desta quarta-feira. **Portal G1**, 2023. Disponível: <https://g1.globo.com/jornal-hoje/edicao/2023/04/19/videos-jornal-hoje-de-quarta-feira-19-de-abril-de-2023.ghtml>. Acesso em: 10 de nov. de 2023.

VEJA os primeiros resultados parciais do segundo turno das eleições 2022. **Globoplay**, 2022. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/11074945/>. Acesso em: 13 de nov. de 2023.

YORKE, Ivor. **Telejornalismo**. São Paulo: Editora Roca, 2006.

ZAHAR, Jorge. **Jornal Nacional: a notícia faz história**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.