

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS  
DEPARTAMENTO DE LETRAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO  
MESTRADO EM ESTUDOS DE LINGUAGENS**

**CAMILA DIB**

**A HUMANIZAÇÃO DA NARRATIVA JORNALÍSTICA: A LINGUAGEM TEXTUAL  
QUE APROXIMA O TELESPECTADOR DA NOTÍCIA. O CASO MS TV 1ª  
EDIÇÃO – TV MORENA**

**Campo Grande – MS  
Março – 2013**

**CAMILA DIB**

**A HUMANIZAÇÃO DA NARRATIVA JORNALÍSTICA: A LINGUAGEM TEXTUAL  
QUE APROXIMA O TELESPECTADOR DA NOTÍCIA. O CASO MS TV 1ª  
EDIÇÃO – TV MORENA**

Dissertação apresentada para obtenção do título de Mestre ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, sob orientação do Prof. Dr. Gerson Luiz Martins. Área de concentração: Linguística e Semiótica.

**CAMPO GRANDE – MS  
2013**

**CAMILA DIB**

**A HUMANIZAÇÃO DA NARRATIVA JORNALÍSTICA: A LINGUAGEM TEXTUAL  
QUE APROXIMA O TELESPECTADOR DA NOTÍCIA. O CASO MS TV 1ª  
EDIÇÃO – TV MORENA**

APROVADA POR:

---

GERSON LUIZ MARTINS, DOUTOR (UFMS)

---

MARIA LUCELI FARIA BATISTOTE, DOUTORA (UFMS)

---

ALZIMAR RODRIGUES RAMALHO, DOUTORA (UnB)

Campo Grande, MS, 15 de Março de 2013.

## AGRADECIMENTOS

Quando pensei em entrar na seleção de mestrado, imaginei que seria um dos momentos mais difíceis da minha vida. Não vou dizer que não foi, mas tenho que afirmar que a insegurança por voltar a estudar 10 anos após a formatura da graduação foi amenizada com vários tipos de amor.

Eu, primeiro, recebi o amor divino, aquele que vem do coração, onde está o calor do Espírito Santo que me acompanha desde as provas da seleção. Obrigada, meu Pai por ter me colocado nesse programa de mestrado e por me dar a oportunidade de descobrir o prazer pela pesquisa. Eu sempre falo que as provas, os trabalhos e essa dissertação não saíram das minhas mãos, saíram das mãos de Deus.

Enquanto Jesus segurava em minhas mãos, tinha quem acompanhava todos os passos. Esse amor foi um presente de Deus em 2002 e, hoje, é minha metade. É por ele que dediquei dois anos a esse mestrado. Meu amigo, meu confidente, meu porto seguro, meu marido, Rodrigo. Como agradecê-lo por tudo que fez e faz por mim? Impossível em poucas linhas. Ele esteve comigo em cada segundo dessa jornada. Sem esse amor, talvez, não teria chegado até aqui.

O amor da família também foi essencial para seguir em frente. Obrigada, mainha pelas orações e pela paciência nas horas de desabafos. Ao meu painho agradeço pela confiança, pela resposta a todas minhas conquistas: “eu já sabia”. Aos meus irmãos, Daniela e Igor, muito obrigada por sempre acreditarem e me apoiarem. Não posso deixar de mencionar o carinho que recebi dos meus sogros, Elcio e Sônia. Obrigada por todos os momentos de incentivo!

Eu ainda tive o amor dos amigos. Nesses últimos 24 meses recebi inúmeras manifestações de carinho. Um obrigada especial as minhas Priscillas, Andres, Barbara, Gaigher, Tati e meus queridos Gina e Cabral que sempre vibravam com minhas conquistas. O meu agradecimento especial também aos amigos Cristina Ramos e Oswaldo Ribeiro pelos ensinamentos e pela parceria nas aventuras de mestrando Brasil a fora. Minha gratidão a família TV Morena, aos meus companheiros de todos os dias que estiveram comigo durante a pesquisa. Agradeço ainda a minha amiga e irmã de coração Marina Sabber que, mesmo longe, sempre esteve presente em todos os momentos dessa caminhada.

Ao meu orientador, Gerson Martins, pela paciência, mesmo quando estávamos a um oceano de distância.

Aos membros da banca, professora doutora Alzimar Rodrigues Ramalho e professora doutora Maria Luceli Batistote, pelas contribuições para a finalização deste trabalho. Obrigada pelo carinho e amizade.

## **DEDICATÓRIA**

**Dedico este trabalho ao meu marido e maior incentivador, Rodrigo Funabashi Jorge que sempre admirei por seu amor a profissão e pela garra na conquista de seus objetivos. Sem ele, esse sonho não seria completo.**

**Ao meu mestre e grande amor, com carinho.**

## RESUMO

A partir da necessidade de aproximar o telespectador da notícia e aumentar a audiência dos telejornais, os apresentadores mudam o jeito de transmitir a informação. Com isso, surge uma questão: que fórmula é essa que ajuda a conquistar o enunciatário? Dentro desse contexto, esta dissertação analisou as estratégias utilizadas nas narrativas jornalísticas, veiculadas em um telejornal regional diário. Com embasamento teórico na perspectiva da semiótica greimasiana, no que concerne aos aspectos das projeções da instância da enunciação no enunciado e das relações entre enunciador e enunciatário, foram analisados os efeitos de aproximação e distanciamento nos textos jornalísticos dos apresentadores do telejornal MS TV, 1ª edição da TV Morena, afiliada da Rede Globo, de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Descobriu-se que os enunciadores usam textos mais simples para se aproximar do telespectador e ainda buscam alternativas para uma abordagem que seja de compreensão imediata, uma linguagem que conquiste enunciatários de todas as classes sociais. Também foram realizadas entrevistas com jornalistas da Rede Globo e da TV Morena que permitiram alcançar alguns objetivos: as principais mudanças na linguagem dos telejornais das emissoras onde trabalham, as dificuldades para mudar o jeito de transmitir a notícia e ainda o perfil do jornalista que conseguiu se adequar às mudanças.

**Palavras-chave:** Enunciação. Linguagem de telejornal. Telejornalismo. Narrativa jornalística. Humanização da notícia.

## **ABSTRACT**

Based on the necessity of bringing viewers closer to news and increase the TV News audience, TV anchors change the way information is delivered. With that comes a question: What really attracts the viewers? Within this context, this dissertation has examined the strategies used in journalistic narratives, broadcasted in a regional daily newscast. With theoretical foundation in the perspective of semiotic greimasian, in relation to aspects of the instance projections of utterance in the enunciation and the relations between enunciator and enunciatee, the effects of approximation and distancing of journalistic texts transmitted by presenters of Morena's TV news program called MSTV 1 edition, affiliated to Rede Globo, in Campo Grande, Mato Grosso do Sul were analyzed. It was found that the enunciators use simpler texts to approach the viewer and they still seek alternatives to an immediate comprehension approach, a language that wins enunciatee of all social classes. Interviews were also performed with TV Globo and TV Morena journalists, which had helped to achieve the following objectives: major changes in the language of the TV news stations where they work, the difficulties to change the way of transmitting the news and even the journalist profile who managed to fit the changes .

**Keywords:** Enunciation. Newscast Language. TV journalism. Journalistic narrative. News humanization

# Sumário

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
<b>1. NASCE A TELEVISÃO</b>	<b>16</b>
1.1. TELEJORNALS DE REFERÊNCIA NA HISTÓRIA DA TV BRASILEIRA	18
1.2. AUDIÊNCIA	25
1.3. A LINGUAGEM DO PRIMEIRO TELEJORNAL EM REDE NACIONAL	28
<b>2. O TEXTO JORNALÍSTICO NA TV</b>	<b>30</b>
2.1. MANUAL DE REDAÇÃO	36
2.2. JORNALISMO HUMANIZADO	37
<b>3. O QUE MUDAR E COMO MUDAR?</b>	<b>41</b>
<b>4. HISTÓRICO DA TV MORENA</b>	<b>48</b>
4.1. MS TV, 1ª E 2ª EDIÇÕES, E BOM DIA MS	49
4.2. O JORNALISMO HUMANIZADO NA TV MORENA	51
<b>5. A PRODUÇÃO DE SENTIDO NO TEXTO</b>	<b>54</b>
5.1. SEMIÓTICA PEIRCEANA	54
5.2. SEMIÓTICA GREIMASIANA	56
5.3. GÊNEROS DO TELEJORNALISMO	59
<b>6. ANÁLISE DO MS TV, 1ª EDIÇÃO</b>	<b>66</b>
6.1. O USO DE “NÓS” E “A GENTE”	72
6.2. ANÁLISE DO PERFIL DOS APRESENTADORES DO MS TV, 1ª EDIÇÃO.	77
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>81</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>86</b>
<b>APÊNDICE – ENTREVISTAS COM JORNALISTAS DA REDE GLOBO E TV MORENA</b>	<b>90</b>
A.1. ENTREVISTA COM MARCO ANTÔNIO CAMPOS RODRIGUES, EDITOR-CHEFE E COORDENADOR DAS EMISSORAS AFILIADAS DA REDE GLOBO.	90
A.2. ENTREVISTA COM VERA IRIS PATERNOSTRO, GERENTE DE DESENVOLVIMENTO DE JORNALISMO DA REDE GLOBO.	91
A.3. ENTREVISTA COM ANGELA GARAMBONE, EDITORA DE TEXTO DO JORNAL NACIONAL E DIRETORA DO GLOBO REPÓRTER.	93
A.4. ENTREVISTA COM ALFREDO SINGH, GERENTE DE JORNALISMO DA TV MORENA.	95
A.5. ENTREVISTA COM JAQUELINE BORTOLOTTI, EDITORA DE REDE DA TV MORENA.	97
A.6. ENTREVISTA COM LUCIMAR LESCANO, EDITORA-EXECUTIVA DA TV MORENA.	98
A.7. ENTREVISTA COM CLÁUDIA GAIGHER, REPÓRTER DE REDE DA TV MORENA.	100
A.8. ENTREVISTA COM ALEXANDRE CABRAL, REPÓRTER DA TV MORENA.	102
A.9. ENTREVISTA COM GINEZ CESAR, EDITOR-CHEFE E APRESENTADOR DO BOM DIA MS DA TV MORENA.	104
A.10. ENTREVISTA COM MARCOS ANELO – APRESENTADOR DO MS TV, 1ª EDIÇÃO.	106
<b>ANEXO – TEXTOS DE CABEÇAS DO MS TV, 1ª EDIÇÃO.</b>	<b>107</b>
A.1. EDIÇÃO 22/11/2011.	107
A.2. EDIÇÃO 23/11/2011.	109
A.3. EDIÇÃO 24/11/2011.	112
A.4. EDIÇÃO 25/11/2011.	115
<b>GLOSSÁRIO</b>	<b>120</b>

## LISTAS DE QUADROS

Quadro 1. Formatos Do Jornalismo Informativo Classificados por José Marques De Melo.....	61
Quadro 2. Formatos do Jornalismo Opinativo Classificados por José Marques De Melo .....	61
Quadro 3. Formatos do Jornalismo Interpretativo Classificados por José Marques de Melo.....	63
Quadro 4. Formatos do Jornalismo Utilitário Classificados por José Marques de Melo. ....	63
Quadro 5. Formatos do Jornalismo Diversional Classificados por José Marques de Melo.....	64
Quadro 6. Quadro 1 – Dia da Televisão. ....	66
Quadro 7. Você e Trânsito.....	67
Quadro 8. Interdição Avenida. ....	68
Quadro 9. Cirurgia Plástica. ....	69
Quadro 10. Cirurgia Plástica. ....	69
Quadro 11. Cirurgia Plástica Repercute. ....	70
Quadro 12. Inscrição Instituto Mirim. ....	70
Quadro 13. Esporte. ....	70
Quadro 14. Chamada Jornal Hoje. ....	71
Quadro 15. Censo IBGE. ....	71
Quadro 16. Previsão do Tempo. ....	72
Quadro 17. Show de Verão.....	72
Quadro 18. Encerramento.....	72
Quadro 19. Alternativas para Humanizar o Relato Jornalístico de Apresentadores. ....	83
Quadro 20. Link Projeto. ....	107
Quadro 21. MS TV no seu bairro. ....	107
Quadro 22. Interdição Avenida. ....	107
Quadro 23. Entrevista Projeto. ....	108
Quadro 24. Link Matrícula Estadual. ....	108
Quadro 25. Leitura Hábito.....	108
Quadro 26. Álcool Balanço. ....	108
Quadro 27. Encerramento.....	109
Quadro 28. Link Gaeco. ....	109
Quadro 29. Prisão Alvorada. ....	109
Quadro 30. Fantástico Polaco.....	109
Quadro 31. Briga Bar. ....	110
Quadro 32. Lei Bebida.....	110
Quadro 33. Entrevista Prefeito. ....	110
Quadro 34. Link PM.....	110
Quadro 35. Entrevista Promotor.....	110
Quadro 36. Regras Energia.....	111
Quadro 37. Esporte.....	111
Quadro 38. Mapa Tempo.....	111
Quadro 39. Prêmio Tv Globo. ....	111
Quadro 40. Encerramento.....	112
Quadro 41. Entrevista Contrabando. ....	112
Quadro 42. Você e o Trânsito.....	112

Quadro 43. Campanha Pedestre.....	112
Quadro 44. Campanha Trânsito.....	112
Quadro 45. Ciptran Campanha. ....	113
Quadro 46. Semáforos Trânsito.....	113
Quadro 47. Audiência Aborto. ....	113
Quadro 48. Sequestro Relâmpago. ....	114
Quadro 49. Esporte Comentários. ....	114
Quadro 50. Ruas Bairro. ....	114
Quadro 51. Resultado Bairro. ....	114
Quadro 52. Cozinha Popular. ....	115
Quadro 53. Encerramento.....	115
Quadro 54. Arma Táxi.....	115
Quadro 55. Você e o Trânsito.....	115
Quadro 56. Depoimento Acidente. ....	116
Quadro 57. Unei Gravação. ....	116
Quadro 58. Unei Projeto. ....	116
Quadro 59. Esporte Comentários. ....	116
Quadro 60. Dia Doador de Sangue. ....	116
Quadro 61. Lei Camisinha.....	116
Quadro 62. Reciclagem Balanço. ....	117
Quadro 63. Reciclagem. ....	117
Quadro 64. Bairros Coleta. ....	117
Quadro 65. Coleta Dicas.....	117
Quadro 66. Campeã Geografia. ....	118
Quadro 67. Previsão do Tempo. ....	118
Quadro 68. Interdita Avenida. ....	118
Quadro 69. Destaques Internet. ....	118
Quadro 70. Bem-Te-Vi.....	119
Quadro 71. Encerramento.....	119

## INTRODUÇÃO

A linguagem da televisão brasileira vive constantes mudanças, desde a sua criação, na década de 1950. No começo, os locutores do rádio trocaram as cabines de áudio pelos estúdios de TV e, sem referências, continuaram informando o público como se ainda estivessem atrás apenas de um microfone, sem a imagem. Na TV, a locução era a mesma do rádio, com muita entonação, um estilo forçado e sem naturalidade. O conceito de apresentação ainda não estava definido e o que se via na tela, nos primeiros anos, era um “rádio televisionado”.

Em pouco tempo, começaram a surgir alternativas para um novo jeito de transmitir a notícia. Nos anos 60, os jornalistas americanos começaram a mudar o estilo do texto jornalístico. Nas reportagens, eles deixavam nítido o envolvimento com o fato e um texto com detalhes ricos das cenas.

Esse poder extraordinário se originava sobretudo de quatro recursos apenas, descobriram eles. O básico era a construção cena a cena, contar a história passando de cena para cena e recorrendo o mínimo possível à mera narrativa histórica. Daí os feitos de reportagens às vezes extraordinários que os novos jornalistas empreendiam: para poder testemunhar de fato as cenas da vida das outras pessoas no momento em que ocorriam – registrando diálogo completo (WOLFE, 2005, p. 53 e 54).

As mudanças não pararam por aí, e, até hoje, a linguagem jornalística é redescoberta. Na última década, uma novidade surgiu para o jornalista de TV acostumado com os padrões de apresentação e reportagem, aquele estilo mais sério, com poucos comentários ou participação do repórter durante a reportagem. A busca de pontos na audiência e as novas tecnologias influenciaram nos formatos e até nas características dos telejornais e muitos profissionais do vídeo mudaram o jeito de “falar” com o telespectador. Hoje a busca pela aproximação com o público é, muitas vezes, essencial em frente às câmeras. É nesta mudança, neste novo jeito de apresentar a notícia, que surgiu a proposta de pesquisa.

O objetivo desta dissertação é mostrar as principais mudanças na linguagem dos telejornais brasileiros e até mesmo regionais. O foco é uma emissora local, a TV Morena, afiliada da Rede Globo, em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, que também passa por um momento de transformação. Os profissionais da emissora começaram a mudar a forma de transmitir a notícia, mas ainda há dificuldades. Jornalistas dessa TV

local e também da Rede Globo do Rio de Janeiro, em entrevista, apontaram as principais mudanças na linguagem telejornalística regional, as dificuldades em implementar essas mudanças na rotina do trabalho e o perfil de quem conseguiu transformar o jeito de escrever e apresentar a notícia.

A pesquisa também analisa especificamente os efeitos de aproximação e distanciamento nos textos dos apresentadores do MS TV 1ª edição da TV Morena com embasamento teórico na perspectiva da semiótica greimasiana, no que concerne aos aspectos das projeções da instância da enunciação no enunciado e das relações entre enunciador e enunciatário. A amostra de análise foi composta por cinco edições do noticiário, de 21 de novembro de 2011, a 25 de novembro de 2011. A escolha dos dias da amostra foi feita com o cuidado de evitar que caíssem em um período em que o conteúdo do telejornal estivesse afetado por fortes factuais<sup>1</sup>, para não correr o risco de predominância de um determinado assunto que pudesse interferir no modo de produção telejornalística.

Por utilizar a metodologia de análise da semiótica, amplamente empregada em várias áreas de estudos, a pesquisa se enquadra dentro da área de concentração Linguística e Semiótica, sendo contemplada pela linha de pesquisa “Produção de sentido no texto/discurso”.

Este estudo contribui para o debate dessa nova linguagem do jornalismo de TV e ainda para a formação dos jornalistas brasileiros que, ao perceberem a novidade na linguagem, terão a oportunidade de se preparar para o mercado, de acordo com o perfil atual do telejornalismo.

A dissertação “A humanização da narrativa jornalística: a linguagem textual que aproxima o telespectador da notícia. O caso MS TV 1ª edição – TV Morena” é organizada em seis capítulos. No primeiro, intitulado “Nasce a televisão”, apoiado em revisão bibliográfica, é abordada a história da TV brasileira, com foco no desenvolvimento dos telejornais e na chegada dos primeiros equipamentos tecnológicos, quando os profissionais começaram a mudar o jeito de se comunicar com o telespectador. Na sequência entram em cena os telejornais de referência na história da TV brasileira, com destaque para a linguagem de cada um deles, até chegar aos mais importantes da televisão atual. Ainda no primeiro capítulo é destacada a audiência, a influência que ela tem para a produção dos programas. Nessa seção da dissertação

---

<sup>1</sup> Notícias rotineiras, que ocorreram no dia em que o telejornal foi exibido.

também são apresentados os números que mostram a popularidade desse meio de comunicação que tem no telejornal a principal fonte de informação diária do telespectador. Para fechar o capítulo, destaca-se a linguagem do primeiro telejornal em rede nacional, o Jornal Nacional da Rede Globo, o JN. Além da evolução na linguagem do noticiário, também são apresentados os cuidados que os produtores do JN têm com a interação cenário-locutor e com o visual dos apresentadores.

No segundo capítulo, “O texto jornalístico na TV”, são apresentadas a evolução da linguagem televisiva e a busca contínua das emissoras de TV por uma abordagem diferente de todas as utilizadas nas últimas décadas. A revisão de literatura e algumas entrevistas realizadas com jornalistas da área foram utilizadas para abordar essa transformação na linguagem e ainda algumas alternativas de aproximação com o público durante a apresentação de um telejornal. Em seguida é feita uma exposição sobre os manuais de redação utilizados por grande parte das empresas de jornalismo. Um dos objetivos deste capítulo é mostrar o “algo mais” que os jornalistas querem trazer e que esses documentos, que regulamentam a padronização, não privilegiam. Ainda nesse capítulo, contextualiza-se a questão da humanização, com uma breve explicação do que se entende por jornalismo humanizado.

No terceiro capítulo, é feita uma exposição histórica sobre a TV Morena. Em seguida, é apresentado o estilo de cada um dos três telejornais diários da emissora em questão e como cada noticiário é produzido, além de apresentar os profissionais que estão envolvidas nos jornais. Os editores-chefes participam com informações do Bom Dia MS, um telejornal com reportagens e entrevistas focadas principalmente no lado econômico e político, do MS TV 1ª edição, com a preocupação dos responsáveis em fazer um jornal factual e leve ao mesmo tempo e do MS TV 2ª edição, que tem como prioridade, tão somente, os assuntos mais importantes do dia. Na sequência, entra-se na questão da transformação da linguagem utilizada pelo objeto de estudo e explica-se por que a Rede Globo começou a investir nesta transformação de linguagem, não só dos telejornais de rede nacional como, também, do jornalismo regional das 117 afiliadas da emissora. O diretor geral das Organizações Globo, Octávio Florisbal, explica, nesse capítulo, que chegar às comunidades das grandes metrópoles foi um dos objetivos alcançados com as mudanças em alguns noticiários regionais da Rede Globo. Esse tópico é finalizado com a entrevista do gerente de jornalismo da TV Morena, Alfredo Singh.

No quarto capítulo, denominado “Produção de sentido no texto”, é abordada a questão da enunciação, pois as análises, apresentadas nesta pesquisa, foram realizadas com embasamento teórico na semiótica greimasiana (ou francesa). Em um primeiro momento, faz-se um breve histórico sobre a teoria geral dos signos: a semiótica que tem, como objeto, o sentido e, embora a opção desta dissertação tenha sido pela utilização da semiótica greimasiana para as análises dos textos telejornalísticos, contextualiza-se, mesmo que de modo breve, as outras fontes de origem e desenvolvimento dessa ciência. Os gêneros jornalísticos também são apresentados com revisão de literatura, pois, cada quadro que sistematiza a análise dos textos dos apresentadores do MS TV 1ª edição recebeu uma identificação de *formato*.

No quinto capítulo, são expostas as entrevistas dos jornalistas da Rede Globo e da TV Morena com opiniões sobre a linguagem do momento dos principais telejornais do Brasil.

Para finalizar, no sexto e último capítulo, é apresentada a análise dos textos dos apresentadores do MS TV 1ª edição com o objetivo de mostrar os efeitos de aproximação e distanciamento nos enunciados. Também é abordada a questão do uso de alguns termos durante a apresentação do telejornal, como “nós” e “a gente”. O perfil do noticiário também é traçado, após uma abordagem sobre os três perfis dos telejornais brasileiros.

Nas considerações finais, a pesquisadora faz uma síntese dos resultados obtidos na pesquisa e, por fim, disponibiliza a transcrição das 10 entrevistas realizadas com os jornalistas da Rede Globo e TV Morena.

## 1. NASCE A TELEVISÃO

“A TV é o contato com o ideal, com o inalcançável, com o indireto”  
Piza (in PEREIRA, 2002, p.13) <sup>2</sup>.

Com o controle remoto nas mãos é possível viajar pelo universo da TV: de novelas, filmes a notícias. Está tudo lá: lazer e informação de fácil acesso a todos. Esse é o mundo da televisão que vive em constante evolução. “A TV foi a mais importante revolução virtual: tem as imagens que o rádio não possui e é capaz de fixar hábitos na rotina das pessoas” Piza (in PEREIRA, 2002, p.13)

A necessidade de se comunicar levou o homem à busca de meios para receber e trocar informações. A primeira evolução foi o desenvolvimento da linguagem oral e, mais tarde, outras descobertas como, por exemplo, a invenção da escrita que permitiu o desenvolvimento da cultura e da ciência. O homem, no desejo de vencer cada vez mais barreiras, buscava por algo ainda mais veloz e é nesse processo que surge a televisão. O aparelho que transforma a vida das pessoas, com informações que mudam conceitos e formam opiniões, é o canal de informação e entretenimento da sociedade.

A televisão entrou na corrente sanguínea do brasileiro. Ele passa, em média, quase quatro horas diárias com os olhos vidrados na televisão (...). A TV pauta nossas conversas, dita nossa hora de dormir, a decoração de nossas casas, a qualidade que comemos e sabemos (PEREIRA, 2002, p. 15).

A influência desse veículo no imaginário dos telespectadores brasileiros começou com sua inauguração, em 18 de setembro de 1950, em São Paulo, por Assis Chateaubriand Bandeira de Melo. O Brasil foi o quinto país a ter uma emissora comercial. Chatô, como era conhecido, implantou a primeira emissora que, inicialmente, se chamou PRF-3 e, em seguida, passou a ser a TV Tupi de São Paulo, canal 4.

Um ano após a implantação da televisão, existiam aproximadamente 7 mil aparelhos de TV em São Paulo e no Rio de Janeiro e começavam a ser fabricados no Brasil os primeiros receptores <sup>3</sup>. Os números aumentavam significativamente ano após ano. Em 1954, eram 34 mil aparelhos de TV instalados; em 1956, as três emissoras de

---

<sup>2</sup> PIZA, Daniel. **Muito além de fofocas e mumunhas**. In: PEREIRA JR, Luiz Costa (org.). A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano. São Paulo: Senac, 2002, p. 11-14.

<sup>3</sup> Disponível em: <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv50.htm>, acesso em 14 de março de 2012.

TV de São Paulo conquistaram mais que as 13 emissoras de rádio, somando 1,5 milhão de telespectadores em todo o Brasil. Em 1960 existiam 200 mil aparelhos receptores; em 1964 havia no país 34 estações e mais de 1,8 milhão de aparelhos. Em 1970 o Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) registrava quatro milhões de aparelhos, o que equivale a aproximadamente 25 milhões de telespectadores. Em 1987 existiam 31 milhões de aparelhos de TV, com uma audiência de 90 milhões de telespectadores (63% da população brasileira). Em 1995, 81% dos 39 mil lares do Brasil possuíam aparelhos de TV. Em 2000, os números eram ainda maiores, conforme destaca Bucci:

há cerca de 40 milhões de lares com televisão no Brasil, o que corresponde a quase 90% do total (...) De acordo com Grupo de Mídia de São Paulo, com base em pesquisa do Instituto Marplan Brasil, 98% da população entre 10 e 65 anos vêem TV pelo menos uma vez por semana e, sozinha, a TV atrai duas vezes mais público do que todos os meios impressos, aí computados também os livros, além de jornais e revistas (BUCCI, 2000, p.9).

Na década de 1950, os telejornais eram produzidos precariamente, com baixa qualidade, conforme constata Rezende (2000, p. 106). “As falhas se originavam tanto das grandes deficiências técnicas quanto da inexperiência dos primeiros profissionais, a maioria procedente das emissoras de rádio.” Nessa época, poucas pessoas tinham acesso às imagens de TV e, por isso, a repercussão dessas falhas ainda era pequena. O telejornalismo, direto do estúdio, “ao vivo”, ocupava quase todo o tempo dos noticiários.

A televisão brasileira se consolidou em 1960, quando chegou ao país o equipamento de videotape. A TV Tupi foi a primeira a utilizar o novo aparelho e gravou a festa de inauguração de Brasília, em 21 de abril e exibiu a gravação em várias cidades. Priolli (2000) lembra que, de setembro de 1950, quando foi inaugurada a TV Tupi de São Paulo, até abril de 1960, quando foi introduzida a tecnologia do videotape, a televisão só existia onde estavam erguidas as antenas de transmissão. As imagens chegavam a apenas 100 quilômetros em torno do transmissor. Pode-se dizer, portanto, que a televisão brasileira nasceu local e muitas emissoras de TV veiculavam a sua própria programação e foi assim por uma década. Priolli (in BUCCI, 2000, p.16) <sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> PRIOLLI, Gabriel. **Antenas da brasilidade**. In: BUCCI, Eugênio. (Org.). *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000, p. 13-24.

afirma que “antes de enxergar o Brasil, ou um certo Brasil – o das redes –, o público viu na telinha a sua própria face, a sua terra, a sua região.”

Esse equipamento, que resolveu o problema de registro de imagens, foi lançado em 1956, nos Estados Unidos. Na época, ainda não existia a edição eletrônica de imagens e nem a possibilidade de utilizar totalmente a tecnologia do videotape. Ele servia apenas para reproduzir indefinidamente os programas que, até então, iam ao ar ao vivo. Com o uso do videotape, programas realizados e gravados no Rio de Janeiro e em São Paulo passaram a ser apresentados nos demais canais de televisão do país, com atraso proporcional à distância que os separava dessas cidades.

A transmissão avançou ainda mais a partir de 1969, quando o governo militar inaugurou a Rede Básica de Microondas, que interligou diversas regiões do país por sistemas de telefonia e transmissão de TV, rádio e dados. Dessa forma, possibilitou a transmissão de programas ao vivo, em tempo real, para muitas cidades, o que tornou desnecessário o envio de fitas pelos meios de transportes. Para completar esse avanço tecnológico, os satélites Brasilsat ampliaram a rede de microondas, a partir de 1985. Com isso, todo o país passou a assistir imagens de uma determinada parte do Brasil e, claro, suas características, como os sotaques, por exemplo. Segundo Priolli (in BUCCI 2000, p. 20), “a visão que os brasileiros têm de si mesmos e do país passou a ser medida fortemente pelo ponto de vista das duas maiores metrópoles”, São Paulo e Rio de Janeiro.

Rezende (2000) lembra que a televisão brasileira na década de 1970 foi marcada pelo desenvolvimento técnico. O autor relata que quem mais aproveitou as novidades tecnológicas foi a Rede Globo, sempre preocupada em melhorar a qualidade de suas produções trazidas pela expressão “padrão global”. Desde essa época, havia um cuidado com a forma de apresentação das notícias que Rezende (2000, p. 113) exemplifica com o cuidado que a emissora tinha na escolha dos cenários, dos locutores, na qualidade das imagens e na edição das matérias, tudo isso tinha suas compensações, “a mais importante era a possibilidade de cada vez mais adequar-se às potencialidades de linguagem da televisão”.

### **1.1. Telejornais de Referência na História da TV Brasileira**

Até hoje, a capacidade de dar notícias com imagens é o maior triunfo da TV sobre os outros veículos. Ela é tão convincente que parece fazer o registro fiel

da realidade. E é poderosa a ponto de editar a realidade tanto quanto ser sua testemunha ocular (PEREIRA, 2002, p. 255).

O primeiro telejornal brasileiro surgiu praticamente ao mesmo tempo em que se implantou a televisão no país. O “Imagens do Dia” foi o segundo programa a ser exibido na televisão brasileira e foi ao ar, pela primeira vez, no dia 19 de setembro de 1950, exatamente um dia após a inauguração da TV no Brasil. Esse primeiro programa jornalístico não tinha horário fixo e permaneceu no ar por pouco mais de dois anos.

O “Imagens do Dia” tinha narração em off e um texto que lembrava locução de rádio, na época, modelo para os primeiros telejornais. Segundo Paternostro (1999, p. 37), o formato do noticiário era bem simples: “Rui Resende era o locutor, produtor e redator das notícias, e lia algumas notas com imagens em filme preto-e-branco e sem som”.

Kneipp (2008) lembra que as leituras dos textos eram feitas pelo apresentador, à maneira dos locutores de rádio, com ilustração eventual, por meio de filme em 16 mm, negativo, com inversão no telecine ou com filme reversível processado no laboratório. Havia mais notas nos telejornais do que reportagens propriamente ditas. O conceito de reportagem ainda não estava desenvolvido na cultura da redação da TV Tupi.

Leal Filho (in BUCCI, 2000, p. 153)<sup>5</sup> afirma que a televisão brasileira é herdeira do rádio, de onde vieram a mão-de-obra pioneira, as fórmulas dos programas e o modelo institucional adotado. “Seus primeiros programas nada mais eram do que o rádio televisionado.”

Em 1952, o “Imagens do Dia” foi substituído pelo “Telenotícias Panair”, um telejornal pontual que ia ao ar sempre às 21h30, mas durou pouco, pois naquele mesmo ano, entrou no ar “O Seu Repórter Esso” (no rádio desde 1941) produzido pela TV Tupi do Rio de Janeiro, com 33 minutos de duração, manteve-se no ar até 31 de dezembro de 1970. Segundo Paternostro (1999), o telejornal, que recebeu o nome do patrocinador, na época do lançamento em 17 de junho de 1953, em São Paulo, era dirigido e apresentado por Kalil Filho. No ano seguinte, surgiu a versão carioca, com Gontijo Teodoro no comando. Como os primeiros apresentadores daquela época eram locutores de rádios, muitas vezes, a narração na TV ainda era a do rádio. Não foi o que fizeram Kalil Filho e Gontijo Todoro. Paternostro (1999, p. 37) lembra que “os dois eram conhecidos

---

<sup>5</sup> LEAL FILHO, Laurindo. **A TV pública**. In: BUCCI, Eugênio (org). *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000, p. 153-165.

locutores do rádio, mas começavam a esboçar uma linguagem e uma narrativa mais televisiva, o texto era objetivo, o apresentador enquadrado no plano americano e tinha horário fixo para entrar no ar, às 20h” A abertura desse telejornal é lembrada até hoje pela frase: “Aqui fala o seu Repórter Esso, testemunha ocular da história”.

O primeiro telejornal veiculado no horário vespertino foi o “Edição Extra”, um programa da extinta TV Tupi de São Paulo que ficou no ar por 14 anos. O noticiário, que era produzido por Maurício Loureira Gama, lançou o primeiro repórter de vídeo da televisão brasileira, José Carlos de Moraes, o Tico-tico. O programa jornalístico levava mais que notícia ao vivo, se tornou uma grande tribuna popular. O público comparecia ao estúdio para fazer denúncias, pedidos e reclamações. O “Edição Extra” foi apresentado até o início dos anos 70 <sup>6</sup>.

Outro telejornal referência na história da TV brasileira é o “Jornal de Vanguarda” que estreou em 1962, na TV Excelsior, passou pelas TVs Tupi, Globo, Continental e Rio. Com medo que a censura retirasse o telejornal do ar, a equipe do “Jornal de Vanguarda” decidiu suspendê-lo em 1968.

Nessa época, a televisão era, segundo Simões (in BUCCI, 2000, p. 69) <sup>7</sup>, “o meio de expressão encarado pela intelectualidade brasileira como o lugar da genuflexão aos poderosos de plantão, do acatamento acrítico a tudo que o novo regime tentava impor à população”. Simões (2000) menciona ainda que os telejornais eram feitos por equipes reduzidas e usavam imagens de filmes comprados ou cedidos por agências e, assim, ficavam no ar apenas para cumprir legislação. O grande diferencial da programação jornalística foi o “Jornal de Vanguarda”, da TV Excelsior do Rio de Janeiro, “que se propunha a interpretar as notícias e mantinha uma equipe numerosa, com profissionais de prestígio indiscutível como Newton Carlos, Villas-Boas Corrêa e Millôr Fernandes”. Simões (in BUCCI, 2000, p. 71).

Esse telejornal foi considerado por muitos críticos da área como “a entrada de uma fase de grande criatividade e expansão intelectual”, conforme Barbosa Lima (apud REZENDE, 2000, p.107). Rezende (2000) lembra que o “Jornal de Vanguarda” introduziu muitas novidades na concepção de telejornalismo como, por exemplo, “a

---

<sup>6</sup> Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Edi%C3%A7%C3%A3o\\_Extra](http://pt.wikipedia.org/wiki/Edi%C3%A7%C3%A3o_Extra). Acesso em: 16 de março de 2012.

<sup>7</sup> SIMÕES, Inimá. **Nunca fui santa (episódios de censura e autocensura)**. In: BUCCI, Eugênio (org). *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000, p. 65-94.

participação de jornalistas como produtores e – acontecimento inédito – como apresentadores das notícias cronistas especializados (...)

A qualidade jornalística desse noticiário causou um impacto enorme pela originalidade de sua estrutura e forma de apresentação distinta de todos os demais informativos o Jornal de Vanguarda, além do prestígio no Brasil obteve reconhecimento no exterior. Recebeu na Espanha, em 1963, o prêmio Ondas, como o melhor telejornal do mundo e foi utilizado por McLuhan – um dos teóricos da comunicação de maior projeção – em suas aulas sobre comunicação (REZENDE, 2000, p. 107).

Com o golpe de 1964, a equipe do “Jornal de Vanguarda” migrou para as TVs Tupi, Globo, voltou para a Excelsior, depois para a Continental e para a TV Rio. Em decorrência do acirramento da censura, o telejornal saiu do ar por iniciativa própria em 13 de dezembro de 1968, após a promulgação do Ato Institucional nº 5. “Encerrava-se ali uma das passagens mais criativas e inteligentes a história do telejornalismo brasileiro” (REZENDE, 2000, p. 108).

Entre 1963 e 1964, nasceu o “Show de Notícias” apresentado pela TV Excelsior, São Paulo. Era dirigido pelo jornalista Fernando Pacheco Jordão e tinha a mesma inovação do “Jornal de Vanguarda”. O Show de Notícias implantou a dinâmica de os apresentadores informarem os fatos do dia movimentando-se pelo estúdio <sup>8</sup>.

Segundo relata Paternostro (1999), em 1965 surgiu a emissora das Organizações Globo, do Rio de Janeiro. No dia 26 de abril, às 10h45, entrava no ar a TV Globo, criada pelo jornalista Roberto Marinho, que se transformaria em uma das maiores redes de televisão do mundo.

No início, a TV Globo tinha uma programação voltada para a linha popular e em 1969, lançou o primeiro programa em rede nacional. No dia 1º de setembro entrou no ar o Jornal Nacional, produzido no Rio de Janeiro e transmitido ao vivo, via Embratel <sup>9</sup>, para as emissoras da rede. Segundo Fiuza (2004, p. 24), nesse dia, no estúdio da Rede Globo de Televisão, atenção total para a estreia do jornal que viria a ter a maior audiência da história da televisão brasileira. Hilton Gomes, ao lado de Cid Moreira, então apresentadores do JN, abriu a primeira edição anunciando: "O Jornal Nacional, da Rede Globo, um serviço de notícias integrando o Brasil novo, inaugura-se neste

---

<sup>8</sup> Disponível em: [http://www.centrocultural.sp.gov.br/tvano50/excelsior\\_1.htm](http://www.centrocultural.sp.gov.br/tvano50/excelsior_1.htm). Acesso em: 30 de março de 2012.

<sup>9</sup> Nessa época, a Embratel exercia o controle sobre todos os equipamentos e operação das telecomunicações interestaduais e internacionais do País. Hoje ela é uma concessionária de telefonia de longa distância no Brasil, mas também oferece serviços de telefonia local e TV paga.

momento: imagem e som de todo o país." Cid Moreira encerrou: "É o Brasil ao vivo aí na sua casa. Boa noite."

Era a estréia, mas o espírito do programa já estava sintetizado na expressão "É o Brasil ao vivo aí na sua casa". A equipe que produzia e apresentava o Jornal Nacional pensava numa família brasileira reunida na sala. A televisão era próxima, coloquial (...) (FIUZA, 2004, p.25).

As outras emissoras passavam por momentos difíceis, o que era favorável para o crescimento da TV Globo que, na época, era líder absoluta de audiência. Segundo Fiuza (2004, p. 24), apresentava nove entre os dez programas mais assistidos do Rio de Janeiro e três entre os dez de São Paulo.

Paternostro (1999) lembra ainda que em São Paulo, a Record e a Bandeirantes (criada em 1967), abaladas por incêndios, tiveram suas produções prejudicadas, o que fez a Record partir para uma programação baseada em filmes americanos. A Bandeirantes seguiu para produções de música popular brasileira.

A Rede Globo, no dia 26 de abril de 1971, estreava o "Hoje" como um noticiário local, de meia hora de duração, exibido somente para o Rio de Janeiro. Editado por Sílvio Júlio e apresentado por Léo Batista e Luís Jatobá, ia ao ar de segunda a sexta, às 13h, com formato de revista eletrônica, combinava o noticiário – ancorado principalmente nos acontecimentos da manhã – a uma grande variedade de assuntos culturais, com reportagens sobre arte, espetáculos e entrevistas. A partir do dia três de junho de 1974, o "Hoje" passou a ser transmitido para todo o país <sup>10</sup>.

Em 2012, a equipe do "Jornal Hoje" é formada por Teresa Garcia (editora-chefe), Paulo Roberto Amaral (editor - executivo), Sandra Annenberg e Evaristo Costa (apresentadores). Para aumentar a participação do telespectador, em 2006 o "Jornal Hoje" lançou o quadro *Você Faz a Notícia*, em que telespectadores sugerem pautas e a produção prepara uma reportagem sobre os temas selecionados.

Em Você no JH, são exibidos vídeos enviados pelos telespectadores. O público participa com a sua opinião nos quadros Você É a Favor ou Contra e Painel, além de escolher qual o destino melhor para curtir o fim de semana no Tô de Folga, que vai ao ar às sextas-feiras. O retorno do público por e-mails é muito grande. A editora-chefe Teresa Garcia é responsável pela leitura de todas as mensagens enviadas, faz comentários e distribui para as áreas de acordo com os temas abordados. Este feedback ajuda a equipe do Jornal Hoje

---

<sup>10</sup> Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-237470,00.html>. Acesso em: 30 de março de 2012.

a entender o que o telespectador pensa e o que espera do telejornal (GLOBO, 2010).

No dia 18 de abril de 1977 estreava o “Bom Dia São Paulo”, o primeiro informativo matutino da Rede Globo ia ao ar em duas edições consecutivas, de uma hora de duração, de segunda a sexta-feira, às 7h00. O “Bom Dia São Paulo” apostava em um jornalismo dinâmico, com noticiário local, prestação de serviços, entradas ao vivo a partir de diferentes pontos da cidade e entrevistas em tom descontraído, para formar um público cativo na faixa de horário que ocupava. Esse noticiário deu origem a telejornais similares em outros estados <sup>11</sup>. A característica comunitária desse telejornal permanece até hoje.

O telejornal foi, também, o primeiro a ter como apresentador um jornalista atuando como o âncora tradicional, segundo o modelo norte-americano, ou seja, conduzindo entrevistas e reportagens com autonomia para fazer comentários e emitir opiniões. Carlos Monforte, editor-chefe do Bom Dia São Paulo em 1978, desempenhava esse papel. Ele lembra que, naquela época, a Globo estava começando a ter Unidade Móvel (UM) – era o começo do link, das matérias ao vivo (GLOBO, 2010).

Em 7 de abril de 1980 foi lançado o programa jornalístico “TV Mulher”, exibido nas manhãs de segunda a sexta-feira, e ficou seis anos no ar. Era um programa de variedades voltado para o público feminino, apresentado por Marília Gabriela e Ney Gonçalves Dias, com roteiro, direção e edição de Rose Nogueira. O programa apresentava pela primeira vez o debate de assuntos e temas como comportamento sexual, direitos e saúde da mulher, o que, geralmente, não eram tratados abertamente na televisão. A direção geral era de Nilton Travesso (até março de 1986) e Régis Cardoso, com coordenação de Durval Honório. Algumas capitais brasileiras tinham quadros locais. No Rio Grande do Sul, pela TV Gaúcha, hoje RBS TV, os apresentadores eram Balala Campos e José Paulo Bisol e, nos últimos meses, assumiu o programa a apresentadora Maria do Carmo Bueno. A equipe de produção em São Paulo era composta por Moneta Vautier, José Dantas, Tito Barbour e Roseli Serra. No Rio de Janeiro, trabalhavam Benito Medeiros e Luís Fernando e, em Juiz de Fora, Acyr Fonseca. O programa foi retirado do ar em 1986 <sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-240151,00.html>. Acesso em: 30 de março de 2012.

<sup>12</sup> Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-249786,00.html>. Acesso em: 30 de março de 2012.

Na década de 1980, “o telejornal local no horário matutino já havia conquistado espaço e a Rede Globo lançava, em 1983, um noticiário em rede nacional, gerado em Brasília, priorizando assuntos políticos e econômicos do dia (...)” (PATERNOSTRO, 1999, p. 39). Apresentado por Carlos Monforte, o “Bom Dia Brasil” foi lançado no dia 3 de janeiro de 1983. O critério fundamental para a seleção do noticiário era que os fatos tivessem origem ou repercussão na capital política do país.

Bom dia Brasil conquistou audiência regular entre os políticos, graças a informações divulgadas em primeira mão. Os deputados costumavam assistir ao telejornal na véspera de votações importantes no Congresso, para se informar e reunir argumentos para discussão – e por apresentar um espaço mais generoso para as entrevistas do que os demais telejornais. Em um ano de programa, foram entrevistados mais de 700 políticos, empresários e personalidades de destaque, entre elas os políticos Delfim Netto, Tancredo Neves e Ulysses Guimarães, a atriz Dina Sfat e o cineasta Neville de Almeida (GLOBO, 2010).

O cenário do “Bom Dia Brasil” foi reformulado em 2000, para acentuar a integração entre o noticiário *hard news* e as análises e comentários dos apresentadores. Passou a reunir em um único ambiente os elementos dos cenários anteriores: a bancada de apresentação do noticiário e o espaço das poltronas, com uma mesa de centro, onde eram feitos os comentários. Em 2002, a partir de dezembro, Renata Vasconcellos passou a dividir a apresentação com Renato Machado, que permaneceu como editor-chefe. Em 2012, a jornalista divide a bancada com Chico Pinheiro<sup>13</sup> e o “Bom Dia Brasil” é gerado da cabeça de rede, sede da emissora, no Rio de Janeiro, com participações de jornalistas, ao vivo, de São Paulo e Brasília.

Outro telejornal de destaque na história da TV brasileira, segundo Paternostro (1999) é o “TJ Brasil”. Lançado no dia 4 de setembro de 1988, pelo SBT, foi o primeiro noticiário com a figura do âncora, “o jornalista que dirige, apresenta, comenta e opina sobre as notícias do jornal, importada dos telejornais americanos”, Paternostro (1999, p. 39). O “TJ Brasil” era apresentado por Bóris Casoy, na época do jornalismo impresso, tinha saído da Folha de São Paulo, onde foi editor-chefe, assumiu a bancada sem qualquer experiência com a TV. O jornalista levou para a televisão o estilo analítico do jornalismo impresso, introduzindo comentários em sua perspectiva após a veiculação de

---

<sup>13</sup> Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-237480,00.html>. Acesso em: 30 de março de 2012.

cada reportagem ou notícia. A novidade foi bem recebida e tornou-se uma marca registrada do TJ Brasil e de Casoy <sup>14</sup>.

O tratamento opinativo que ele imprimiu ao programa representou muitas vezes o sentimento da população. A presença do âncora e a credibilidade do jornal chegaram a suprimir a deficiência dos recursos técnicos da emissora e da programação do SBT até meados de 1997, quando Bóris Casoy e parte de sua equipe se transferiram para a TV Record. O jornalismo do SBT sofreu com isso, e perdeu força (PATERNOSTRO, 1999, p. 39).

Os jornalistas Arnaldo Duran, Mônica Waldvogel, Berto Filho, Tônico Ferreira e Hermano Henning também apresentaram a atração, substituíam Casoy aos sábados ou durante suas férias. O diretor-executivo era Dácio Nitrini. Em 1997, quando Bóris deixou a bancada do “TJ Brasil” para ancorar o “Jornal da Record”, foi substituído por Hermano Henning. Alguns meses depois, no fim de 1997, o jornal saiu do ar.

Em 20 de maio de 1991 foi criado o “Aqui, Agora” que, para Paternostro (1999), nasceu com um objetivo claro e bem definido: conquistar a audiência das classes C, D e E. A autora define o programa jornalístico como sensacionalista, apelativo, recheado de reportagens policiais com ação, aventura, flagrantes, denúncias, violência e tensão. O noticiário ia ao ar no horário nobre, antes do “TJ Brasil” e, na época, o SBT conseguiu alto índice de audiência, mas, segundo Paternostro (1999, p. 39), “a fórmula cansou e a emissora se viu obrigada a tirar o programa do ar no final de 1997”.

## 1.2. Audiência

Todos os dias milhares de pessoas acompanham, pelo menos, um telejornal. Muitos telespectadores ligam a televisão logo nos primeiros minutos da manhã e se preparam para o trabalho atentos às notícias. Há quem consiga acompanhar as notícias do dia no começo da tarde, no conhecido “jornal da hora do almoço” ou então, após o trabalho, no “jornal da noite”. Não importa o horário, sempre há notícias na TV, afinal, desde que ela começou a operar no Brasil, há 60 anos, o número de telespectadores não para de crescer e ultrapassa os 160 milhões <sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/TJ\\_Brasil](http://pt.wikipedia.org/wiki/TJ_Brasil). Acesso em: 02/04/2012.

<sup>15</sup> A pesquisa quantitativa, "Hábitos de Informação e Formação de Opinião da População Brasileira" foi realizada em 539 municípios de todos os Estados da Federação. Ao todo foram aplicadas 12 mil entrevistas com o objetivo de investigar os hábitos de informação da população brasileira. Disponível em: <http://www.fenapro.org.br/relatoriodepesquisa.pdf>. Acesso em: 30 de outubro 2011.

A pesquisa realizada em 2010, por encomenda da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República sobre "Hábitos de Informação e Formação de Opinião da População Brasileira", mostra que a televisão é o canal de comunicação mais utilizado pela população brasileira (96,6%). No total, os canais de TV aberta são assistidos por 93,9% dos entrevistados. Apenas 2,7% afirmaram que assistem apenas a canais de TV por assinatura. A pesquisa também mostrou que 68,8% dos entrevistados assistem, em média, entre uma e quatro horas diárias. Outros 7,3% afirmaram passar mais de seis horas assistindo à televisão diariamente (SECOM, 2010).

A televisão é tão presente na vida das pessoas que, muitas vezes, fica ligada para ninguém ver. Penhalver (in PEREIRA, 2002, p.31) <sup>16</sup> constata que deixar a televisão ligada mesmo quando não há ninguém por perto é um hábito da era do vídeo:

Só nos Estados Unidos, que quantifica tudo, o Instituto Nielsen garante que 20% dos televisores ficam ligados mesmo sem ninguém diante deles. O Brasil, onde o problema ainda não virou alvo das estatísticas, registra episódios que podem dar dimensões ao fenômeno.

Em 2 de outubro de 1998, nas eleições para presidente e governadores, o SBT registrou até 3% de audiência durante as 24 horas em que ficou fora do ar por crime eleitoral. A punição foi dada depois que o governador Mário Covas, candidato à reeleição, queixou-se na Justiça de que o apresentador Ratinho teria defendido em seu programa na emissora o então candidato ao governo de São Paulo, Paulo Maluf PENHALVER (in PEREIRA, 2002, p.31).

Os números mostram a popularidade deste meio de comunicação, que tem no telejornal a principal fonte de informação diária do telespectador. Ainda, segundo a pesquisa da Secom, (2010), os telejornais são considerados como a programação televisiva mais relevante (64,6%). O canal de televisão preferido por maior parte dos entrevistados que assistem à televisão é a Rede Globo (69,8%). A rede Record apresentou o segundo percentual de preferência (13,0%). O SBT é preferido por 4,7% e a Bandeirantes por 2,9%.

O telejornal mais assistido é o Jornal Nacional, também conhecido como JN, da Rede Globo, citado por 56,4% e seguido pelo Jornal da Record, com 7,4%. A confiança na emissora foi apontada como o principal motivo para assistir ao Jornal Nacional por 27,8% dos entrevistados. No caso do Jornal da Record, a preferência foi motivada,

---

<sup>16</sup> PENHALVER, Alexandra. **A TV de quem não vê**. In: PEREIRA JR, Luiz Costa (org.). A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano. São Paulo: Senac, 2002, p. 29-31.

principalmente, pela identificação com as notícias veiculadas (26,6%) e pela confiança na emissora (26,5%).

Para Rezende (2000, p.23), a televisão brasileira não é apenas um veículo do sistema nacional de comunicação. “Ela desfruta de um prestígio tão considerável que assume a condição de única via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população.”

Nos últimos 60 anos, a televisão conquistou o que, provavelmente, nenhuma outra indústria conseguiu no século inteiro. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE <sup>17</sup>, a televisão é mais importante do que a geladeira para o brasileiro. A pesquisa realizada em 2009 mostra que o país tem 96% de casas com televisores e só 93,9% com geladeira.

As pesquisas de audiência servem de “termômetro” para as emissoras de televisão. É assim que elas medem a importância de seus programas ou telejornais para os telespectadores, por isso Ibope é sinônimo de pesquisa de audiência. E como funcionam os aparelhos do Instituto Brasileiro de Opinião pública e Estatística, Ibope? Segundo Pierry (in PEREIRA, 2002, p.75) <sup>18</sup>, do “flagrante domiciliar” que, na época, era uma pesquisa realizada de porta em porta, até os métodos atuais, a tecnologia de apuração de audiência mudou muito. Desde 1989, o aparelho que registra a audiência é o *peoplemeter* que monitora hábitos televisivos de uma família com até seis pessoas e aceita até oito visitantes.

São 660 lares da Grande São Paulo com peoplemeter. Cada casa na amostra apresenta 6.580 casas da região. Por contrato, um colaborador da amostra não pode revelar sua identidade. (...) Toda vez que a TV é ligada, o peoplemeter emite um bip duplo, intermitente. O barulho só pára se a pessoa digitar seu código pessoal no controle remoto dado pelo Ibope (PIERRY, 2002, p.75).

Para se ter uma ideia, uma média de seis casas da amostra do Ibope equivale a um ponto de audiência que equivale a 43.429 casas ou 162.465 moradores na região. Pierry (in PEREIRA, 2002), explica ainda que as residências da amostra são divididas em “setores censórios” com base em critérios como renda mensal e números de habitantes. Para medir a audiência o investimento é alto. O Ibope gasta R\$ 60 mil por

---

<sup>17</sup> Pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, em 2009. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1708](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1708). Acesso em: 23 de março de 2012.

<sup>18</sup> PIERRY, Marcos. **O ibope pelo buracão da fechadura**. In: PEREIRA JR, Luiz Costa (org.). *A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano*. São Paulo: Senac, 2002, p. 75-79.

mês para bancar a medição em uma região. “O dinheiro para cobrir essas despesas vem das agências de publicidade (30%) e das emissoras (70%) (...). Entre as emissoras, quanto maior a audiência, maior o preço pago ao Ibope” Pierry (in PEREIRA, 2002, p. 78).

### **1.3. A Linguagem do Primeiro Telejornal em Rede Nacional**

O Jornal Nacional, “JN”, foi o primeiro jornal de TV transmitido em rede nacional no Brasil. Na época, a TV Globo era líder absoluta de audiência: apresentava nove entre os dez programas mais assistidos do Rio de Janeiro e três entre os dez de São Paulo. Para Rezende (2000), a estratégica medida de inseri-lo entre as “novelas das sete e das oito da noite”, os programas de maior audiência da televisão brasileira, manteve o índice de popularidade do JN inalterado.

Na época da estreia do JN, a ideia de se fazer um telejornal para a família reunida na sala, com uma linguagem mais próxima do telespectador, ainda estava longe do sentido de proximidade do público com o que era veiculado. Em depoimento ao livro *Jornal Nacional: a notícia faz história* (FIUZA, 2004), o jornalista Armando Nogueira, um dos criadores desse primeiro telejornal em rede, lembrou dos comentários de Walter Clark, então, diretor-geral da empresa, sempre que acabava o JN na época:

Walter Clark me chamava na sala dele e dizia assim: Nós contamos no Repórter Esso 20 notícias e no Jornal Nacional só oito. Considerava-se notícia: ‘O secretário de Saúde disse não sei o quê’. Mas quando a gente colocava a voz do secretário, eles consideravam uma entrevista, não uma notícia. Como o Repórter Esso, no início, tinha mais audiência do que a gente, eles consideravam que eles davam mais notícias. E eu tinha então que explicar que nós estávamos fazendo uma evolução na linguagem televisiva (FIUZA, 2004, p.34).

Além da evolução na linguagem do telejornal, os produtores do Jornal Nacional também voltavam à atenção para a interação cenário-locutor. Os cuidados com o visual começavam com a criteriosa seleção dos locutores. Rezende (2000) relata que o diretor-geral da Rede Globo, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, se preocupava com a competência do profissional, mas não deixava de analisar a voz e a aparência do possível apresentador. Era um recurso usado por ele para atrair o público feminino das telenovelas. Para Rezende (2000, p. 114), “tratava-se de um recurso estratégico para

evitar que na passagem da novela para o Jornal Nacional essa grande faixa da audiência mudasse de canal”.

Quem se encaixou no perfil de apresentador do Jornal Nacional foi Cid Moreira, que levava com ele a experiência do “Jornal de Vanguarda”. Rezende (2000, p. 114), lembra que “Cid Moreira passou a ser um símbolo da “filosofia” do programa, papel que cumpriu com eficiência irretocável e prestígio popular inabalável até 1996”. Até o final da década de 1980, outros locutores do JN, como Sérgio Chapelin, Marcos Hummel, Celso Freitas e Carlos Campbel, apresentavam um estilo próprio. Rezende (2000) relata que eles conciliavam suas apresentações com a rigidez do cenário e o uso abundante de videotapes e efeitos especiais. Esse modelo também era seguido pelos repórteres com o propósito, de acordo com Rezende (2000, p. 115), de “por uma aparente “neutralidade” e formalismo, projetar, para o telespectador, uma imagem de isenção na abordagem dos fatos, indispensável para conquista da credibilidade”.

No dia 29 de março de 1996, a Central Globo de Jornalismo, sob o comando de Evandro Carlos de Andrade, realizou a substituição dos dois apresentadores do JN, considerados símbolos do programa, Cid Moreira e Sérgio Chapelin. Dois jornalistas da emissora ocuparam a bancada: William Bonner e Lilian Witte Fibe. O objetivo da mudança foi projetar, como apresentadores, jornalistas profissionais, envolvidos com a produção das matérias. Buscava-se, assim, dar maior credibilidade às notícias e dinamizar as coberturas <sup>19</sup>.

Em fevereiro de 1998, Lillian Witte Fibe saiu do telejornal e assumiu a edição e a apresentação do Jornal da Globo. Sandra Annenberg assumiu seu lugar em caráter provisório e, um mês depois, o JN passou a ser apresentado por William Bonner e Fátima Bernardes. O casal ficou junto na apresentação por 14 anos. Em dezembro de 2011, Fátima Bernardes deixou a bancada para estreitar um novo programa: “Encontro com Fátima Bernardes”. O lugar dela foi ocupado por Patrícia Poeta, na época, apresentadora do “Fantástico”. Em sua última apresentação do Jornal Nacional, no dia cinco de dezembro de 2011, Fátima se despediu do público e, com William Bonner, deu as boas-vindas à Patrícia Poeta.

---

<sup>19</sup> Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-239077,00.html>. Acesso em: 04 de abril de 2012.

## 2. O TEXTO JORNALÍSTICO NA TV

O telegenalismo pode ser considerado um “lugar” para os brasileiros muito semelhante ao da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo. Assistimos à televisão e vemos o mundo, ele está, ele nos vê VIZEU (2010).

Desde a estreia dos primeiros telejornais da televisão brasileira, buscava-se a evolução na linguagem televisiva e, mais de 50 anos depois, os telejornais continuam em estudo entre pesquisadores da área como Vizeu (2004) e Fachine (2008). As empresas de televisão ainda tentam encontrar uma linguagem diferente de todas utilizadas nas últimas décadas. O que poderia chamar a atenção neste momento, quando a busca pela audiência é primordial? A ideia é aproximar o telespectador da notícia e ganhar pontos na audiência, mas como fazer isso? Os editores-chefes, desde os primeiros telejornais, entendiam que a fórmula estava no texto, ou seja, na forma como o repórter e o apresentador escreviam as notícias.

O texto do Jornal Nacional, apesar de manter um certo grau de formalidade, sempre buscou um tom coloquial e o fácil entendimento, se afastando da pomposidade que até então caracterizava o telejornal. Em geral, era feito de frases curtas e simples (FIUZA, 2004, p.62).

Nos primeiros telejornais da TV brasileira, o texto em estilo radiofônico também chamava a atenção do telespectador. Uma história interessante aconteceu com o jornalista Maurício Loureiro Gama (que apresentava o seu “Em Dia com a Política”), um dia depois da sua primeira aparição na TV. Em depoimento ao especial “50 anos da TV”, da Rede Globo, veiculado em 2000, o jornalista lembra um momento marcante no início da carreira dele na televisão:

Ninguém sabia o que era televisão. Eu logo quando fui convocado para trabalhar na televisão, fui às livrarias para ver se arranjava livros. Não havia leitura nenhuma, nem livro traduzido. Foi uma tragédia. Como é que vamos fazer televisão? Sei lá. No dia seguinte encontrei uma mulher na Rua Marconi e ela me disse: o senhor não é aquele que trabalhou no primeiro programa de televisão ontem a noite? Eu trabalhei. O senhor sabe, eu queria dizer uma coisa pro senhor, o senhor não é antipático, o senhor é até simpático pessoalmente. Eu queria dizer uma coisa: você é muito arrogante! Eu disse: Arrogante, eu, minha senhora? Eu sou um caipira de Tatuí, humilde, porque eu fui arrogante? Você não falou comigo, não se dirigiu a mim, eu estava fazendo crochêzinho na minha sala. Você poderia ter conversado comigo, me consultado sobre as ideias que estava expondo. Você não consultou nada, você foi em frente falando. Como é que a senhora sabe tanta coisa de televisão? Foi porque eu morei em Nova Iorque. Vi televisão

lá. Como aqueles comentaristas fazem. Eu me despedi dela, voltei para o jornal e rasguei o que ia ler a noite e fiz os originais como se fosse uma peça de teatro. Então o Chateaubriand telefonou. Eu disse: tava muito ruim. Ele disse: ao contrário, você foi o único que entendeu televisão. Com quem você aprendeu a fazer televisão? Eu contei a história da mulher. Ele me perguntou como era o nome da mulher. Eu disse: não tomei nota. Lamentável! Lamentável! O senhor merecia ser despedido (GLOBO, 2000).

A Rede Globo, no dia 26 de abril de 2000, na busca de aproximação com o público, resolveu mudar o jeito de apresentar a notícia. Nessa época, o Jornal Nacional saiu do estúdio e passou a ser apresentado de dentro da redação. O telespectador pode ver a equipe envolvida na realização do telejornal, tanto na abertura quanto no início e fim de cada bloco. Um conceito que leva para dentro da casa do público a própria redação do Jornal Nacional (GLOBO, 2010).

Essa novidade na apresentação do JN foi anunciada, ao vivo, durante o telejornal do dia 26 de abril de 2000. O editor-chefe e apresentador, William Bonner, encerrou a edição desse dia com a seguinte informação:

Este 26 de abril foi um dia especial para o Jornal Nacional. Foi o dia em que nós passamos a apresentar as principais notícias do Brasil e do mundo aqui, no ambiente da nossa redação de jornalismo e este novo cenário chegou como um presente, porque neste 26 de abril de 2000, nós estamos comemorando o aniversário de uma parceria, os 35 anos da TV Globo, os 35 anos da Globo com você. Uma boa noite! (GLOBO, 2000).

William Bonner deixou evidente que a emissora estava ou tentava ficar próxima do telespectador ao dizer “os 35 anos da Globo com você”. Para envolver o destinatário do jornal é preciso ir além do cenário. Para Martins (2009) a fórmula ideal para se fazer um noticiário começa ainda na faculdade de jornalismo. A autora levanta as seguintes questões: o cidadão comum pode virar notícia? E de que forma esta notícia deve ser pensada e desenvolvida?

O modelo ideal de se fazer jornalismo, ensinado na maioria dos cursos de comunicação, é ainda aquele ditado pela objetividade, pela informação rápida e neutra. O tradicional lead (fórmula de noticiar que responde, logo no primeiro parágrafo, às perguntas: O que? Quem? Como? Quando? Onde? Por quê?) e a industrial pirâmide invertida (onde as informações “mais importantes” vêm no topo do texto) são assimiladas pelos estudantes que provavelmente vão colocar em prática o que aprenderam nas redações. Apesar de estar se tornando mais comum, o contato com alternativas ao modelo convencional ainda é tímido entre aqueles que esperam respostas para as perguntas acima (MARTINS, 2009, p.526).

O modelo convencional citado pela autora é a divulgação do acontecimento puro e objetivo. Para transformar as narrativas e conquistar a atenção do público, a alternativa apontada por muitos pesquisadores como Ijuim (2007), é a “humanização da escrita”, ou seja, o jornalismo narrativo, uma nova linguagem, em que o personagem se transforma no foco da notícia. É o que o autor chama de Jornalismo Humanizado.

Nosso estímulo à ‘construção de narrativas’ vislumbra uma ‘postura’, uma opção teórica que proporcione ao profissional algumas alternativas para firmar seu compromisso com a sociedade. Nossas reflexões têm buscado estratégias que possam traduzir no fazer jornalístico este ideário teórico. É o que chamamos de jornalismo humanizado, que sintetiza uma abordagem que oportuniza ao jornalista uma visão mais ampla e consistente aos seus fazeres (IJUIM & SARDINHA, 2007, p.12).

Na busca pela humanização, Bistane e Bacellar (2008) acreditam que é importante saber olhar com paciência para registrar os detalhes. Para elas, exemplificar uma situação com as pessoas envolvidas na notícia humaniza uma matéria. “Mostrar as dificuldades de uma família para administrar o orçamento é muito mais próximo da realidade do telespectador do que encher a tela de números e índices para evidenciar o aumento do custo de vida” (BISTANE & BACELLAR, 2008, p. 14).

O discurso da TV, no caso do telejornalismo, é feito por meio de um contato constante entre jornalista e telespectador que recebe a informação “dentro da sua casa”. Com esse clima de familiaridade, de diálogo entre os dois, o telespectador, segundo Sodré (1977, p. 61) espera “que a TV ultrapasse os efeitos de mero espetáculo ou de pura informação e se invista da atmosfera de simpatia e camaradagem, característica ideal de grupos primários, como a família”.

Rezende (2000, p. 36) lembra que é por meio dessa interação entre jornalista e telespectador que se induz à convicção de que sempre tem alguém conversando com o receptor da mensagem. “A impressão de diálogo, de conversa, pode ser tão intensa que não são raros os telespectadores que respondem a interpelações dos apresentadores de TV: “Boa noite”, “um abraço para você”, “venha comigo” (...).”

Para chegar a essa espontaneidade, é importante atentar-se nas diferenças entre a língua falada e a língua escrita. Um palestrante, por exemplo, pode provocar diversas reações na plateia, conforme a sua expressão:

Nesses casos, o tom da fala, as hesitações, as pausas, importam mais do que o uso irretocável das normas gramaticais, até mesmo para aquele conferencista que sabe dar à leitura do que redigiu a aparência de um pronunciamento improvisado. Comprova-se, assim, que uma fala espontânea tende a ser mais agradável do que um discurso lido (REZENDE, 2000, p. 57).

Rezende (2000) lembra que a fala espontânea também pode ser uma saída para o jornalista de TV que deve atentar-se ao perfil da audiência do telejornal na hora de escolher as formas de expressão frente às câmeras. Segundo o autor, o emprego de uma linguagem compatível com o nível cultural da maioria do público pode comprometer a compreensão da mensagem.

O profissional de comunicação deve, então, preocupar-se em elaborar mensagens que sintetizem valores de uma linguagem dita “cultura” e o tom coloquial do falar cotidiano, mas sem ignorar as características da audiência a que se destina. Se assim não fizer, estará sempre fadado ao insucesso (REZENDE, 2000, p. 61).

O apresentador e editor-chefe do telejornal regional, MS TV 1ª edição, da TV Morena, afiliada da Rede Globo de Campo Grande (MS), Marcos Anelo, também relata a importância de se atentar nas características da audiência do noticiário. De acordo com o jornalista, o MS TV 1ª edição tem o foco na classe média<sup>20</sup> que, segundo a revista Veja (2012, p. 64), o número de brasileiros que chegaram à classe C aumentou 64% entre 2005 e 2011, o que equivale a mais de 40 milhões de pessoas.

O MS TV 1ª edição é focado no público da classe C. É a classe que mais cresceu no Brasil nos últimos anos, tornou-se exigente no que se refere a produtos que consome e a notícia é um desses produtos <sup>21</sup>.

De acordo com o depoimento do apresentador, atingir o estilo coloquial, que representa como um cidadão comum fala no seu dia-a-dia, é o objetivo do MS TV 1ª edição. Ele explica que o telejornal se preocupa em levar ao telespectador, maioria classe média, como relatou acima, uma linguagem com clareza e fluência de uma maneira que todos possam entender a mensagem:

---

<sup>20</sup> De acordo com a Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE) da Presidência da República, entre 2004 e 2010, 32 milhões de pessoas ascenderam à categoria de classes médias (A, B e C) e 19,3 milhões saíram da pobreza. Na última década, a principal novidade foi o fortalecimento da classe C, composta por famílias que têm uma renda mensal domiciliar total entre R\$ 1.064,00 e R\$ 4.561,00.

<sup>21</sup> Entrevista com Marcos Anelo, apresentador e editor-chefe do MS TV 1ª edição, da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2011.

O telejornal também tem a preocupação de transformar o estúdio num puxadinho da sala do telespectador. A linguagem tem de ser a linguagem do dia-a-dia da dona de casa, do trabalhador, tanto é que o bate-papo entre os apresentadores é frequente, afinal quem não comenta uma notícia com o amigo ou com o esposo depois que ela é apresentada? Temos o desafio diário de passar a notícia por meio de uma conversa, sem, porém, infringir um dos principais conceitos do jornalismo: a imparcialidade<sup>22</sup>.

Para se aproximar do telespectador, a linguagem coloquial, que se caracteriza pela espontaneidade da fala, é uma alternativa, de acordo com Rezende (2000, p. 65), para “aumentar o grau de eficiência da comunicação, para tornar fácil o acesso a mensagens a qualquer tipo de público (...)”. O autor aconselha recorrer ao coloquial, desde que ele também se acomode nos parâmetros da linguagem formal, com escolhas de palavras mais simples e expressão mais direta, sem deixar o texto impreciso.

A essa necessidade de transmitir a informação com o máximo de clareza, Rezende (2000, p. 87) explica que “ao escrever sua matéria, o jornalista de TV tem de pensar em tornar o texto inteligível para o locutor, a quem cabe lê-lo de forma compreensível para a audiência”. Ele também lembra que o apresentador de jornal dá vida ao texto por meio de gestos, expressão facial, velocidade de leitura, pausas na locução, entonação e ênfase em algumas palavras e, assim, desempenha um papel muito importante para estabelecer o clima de conversação como se estivesse “na sala do telespectador”, como relatou o apresentador do MS TV, 1ª edição.

Como as notícias na TV não são impessoais, o impacto do noticiário vai depender muito da atuação do locutor, repórter ou comentarista na relação que mantém com a audiência. Nesse sentido, o *teleprompter*, um aparelho acoplado à câmera, que exhibe continuamente as notícias a serem lidas pelo apresentador (...), é um instrumento precioso que permite que se leia ou comente a notícia de olho no telespectador, por intermédio da câmera (REZENDE, 2000, p. 88).

Doze anos após essa constatação de Rezende (2000), alguns jornalistas que trabalham na rotina de uma redação de telejornal, não têm o *teleprompter* como um instrumento que permite que o apresentador fale com o olhar fixo no telespectador e, desse modo, seja próximo de quem assiste a TV. A editora de texto do Jornal Nacional,

---

<sup>22</sup> Entrevista com Marcos Anelo, apresentador e editor-chefe do MS TV 1ª edição, da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2011.

há quase dezesseis anos, e uma das diretoras do Globo Repórter, Angela Garambone <sup>23</sup>, acredita que é cada vez menor no jornal local a distância de quem faz com quem vê o telejornal. “Em alguns jornais, como o RJ TV, primeira edição, nem há mais página no teleprompter, tudo é improvisado para que fique mais natural.”

Para o editor-chefe de jornalismo e coordenador das emissoras afiliadas da Rede Globo, Marco Antônio Campos Rodrigues, não basta mudar os textos de apresentadores e repórteres, o jeito que eles transmitem a informação também é decisivo para aproximar o público da notícia. “Apresentadores que só liam notícias terão que entender mais do conteúdo e também serem comunicadores, com capacidade de improvisação de domínio de cena” <sup>24</sup>.

O telespectador não pode ir até a notícia, como se estivesse com um jornal nas mãos, com a possibilidade de virar a página e escolher o que ler e quando ler. Na televisão a notícia vai até o público. No entanto, fica mais difícil prender a atenção do telespectador que pode sair da frente da televisão para ir até a cozinha, por exemplo, apenas escutar a informação. Por causa disso, Rezende (2000) explica que a palavra no jornalismo de televisão tem de ser a mais precisa, a mais clara possível, já que o jornalista tem apenas uma oportunidade para passar a mensagem ao telespectador de uma forma que ele entenda sem dificuldades:

Ao contrário do leitor de jornal, que pode reler uma matéria quantas vezes quiser até traduzir inequivocamente o seu conteúdo, o telespectador não pode fazer com que o telejornal retroceda para rever e codificar uma notícia mal compreendida. Se a mensagem não for detectada e decifrada naquele momento, o esforço do comunicador será em vão (REZENDE, 2000, p.82-83).

Na busca da informalidade na televisão, o coordenador das emissoras afiliadas da Rede Globo, Marco Rodrigues, fala da necessidade de ser compreendido por todas as classes sociais e lembra que apresentadores e repórter precisam saber para quem levam a notícia.

---

<sup>23</sup> Entrevista com Angela Garambone, editora de texto do Jornal Nacional da Rede Globo. Rio de Janeiro, RJ, 2012.

<sup>24</sup> Entrevista com Marco Antônio Campos Rodrigues, editor-chefe e coordenador das emissoras afiliadas da Rede Globo. Rio de Janeiro, 2012.

Essa informalidade, a linguagem mais fácil, a linguagem usada no cotidiano nas relações do dia-a-dia tem o objetivo de atingir as classes C, D e E da população. No fundo, é comunicar melhor. A linguagem escrita, empolada, além de artificial é de difícil entendimento para maior parte do público que acompanha os telejornais no país <sup>25</sup>.

## 2.1. Manual de Redação

Para se chegar a essa humanização, o jornalista precisa se sentir livre para criar e escrever de uma maneira que aproxime o telespectador do enunciado. Em grande parte das redações brasileiras de telejornalismo, há regras a seguir. Segundo Abramo (1991, p.41), a existência de um documento que regulamenta a padronização (o manual de redação) e a divulgação das normas da empresa jornalística ao público produz o efeito de “incutir no leitor a impressão de que o jornal é, de fato, confeccionado de acordo com todos aqueles rigores e estipulações normativas”, inclui entre esses rigores a busca da objetividade e neutralidade. De acordo com esses manuais, informar jornalisticamente seria informar da maneira mais neutra e objetiva possível.

O manual de redação é um “guia” para os jornalistas. As grandes empresas, sejam elas de veículos impressos, eletrônicos ou digitais, têm um manual que possibilita a padronização do texto veiculado. Cada empresa adota um estilo próprio de linguagem e dá instruções de conduta para os jornalistas contratados. Uma das principais preocupações é com as regras gramaticais. Também determina escolhas lexicais adequadas, inclusive com proibição do uso de algumas palavras. Erbolato (2004, p. 125) explica que nos manuais “são incluídas orientações de ordem moral e instruções técnicas sobre como devem ser feitas as matérias, além de regras gramaticais”. É neste guia que o responsável pela notícia encontra observações de estilo e estabelece assim algumas padronizações de linguagem.

A Rede Globo de Televisão criou o primeiro manual em 1975, quando os jornalistas do Jornal Nacional, na época, Armando Nogueira e Alice Maria, resolveram sistematizar algumas normas básicas de redação em um pequeno manual de redação. Eram seis páginas mimeografadas, que traziam algumas regras sobre como escrever para televisão. Em 1984 foi confeccionado um segundo manual de redação e estilo, desta vez, mais elaborado, com o objetivo de servir como um guia prático para os profissionais da emissora (FIUZA, 2004, p.62).

---

<sup>25</sup> Entrevista com Marco Antônio Campos Rodrigues, editor-chefe e coordenador das emissoras afiliadas da Rede Globo. Rio de Janeiro, RJ, 2012.

Os manuais ainda existem e são atualizados de tempos em tempos, mas os jornalistas querem trazer o "algo mais" que os manuais ainda não privilegiam. Eles querem criar um efeito de aproximação com o telespectador, querem uma linguagem que conquiste a atenção e a curiosidade do destinatário do jornal. Para alguns pesquisadores da área, o desenvolvimento da notícia vai além das técnicas e regras:

Entendemos que a construção da notícia não se reduz a uma mera técnica, a simples mobilização de regras e normas fornecidas pelos manuais de redação ou aprendidas no desempenho da atividade profissional. Acreditamos que tal ponto de vista desconhece a dimensão simbólica do trabalho jornalístico (VIZEU, 2004, p.142).

O autor lembra ainda que é no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem discursos. “É no interior do próprio processo discursivo por meio de múltiplas operações articuladas pelos processos da própria linguagem, que a audiência é construída antecipadamente” (VIZEU, 2004, p.143). É por meio da enunciação que os textos telejornalísticos podem causar efeitos de proximidade ou afastamento nos telespectadores.

## **2.2. Jornalismo Humanizado**

Telejornal informal, jornalismo “mais solto”, notícia “conversada” entre apresentadores e repórteres, como se estivessem “na sala de estar” do telespectador, aproximação com o público, “jornalismo humanizado” com o personagem da notícia como foco principal, essas são algumas características dessa linguagem mais coloquial, uma aposta de grandes emissoras de TV para conquistar a atenção do público e, assim, aumentar a audiência.

Mas, afinal, o que é a humanização do jornalismo? O relacionamento entre os seres humanos com a natureza e com eles mesmos é um processo de humanização. O relacionamento do jornalista com o entrevistado também pode ser considerado um tipo de humanização. Para Ijuim (2011), se o fazer jornalístico é um ato de comunicação, temos que a comunicação é uma questão essencialmente social.

(...) comunicar de maneira complexa é atributo da inteligência peculiar ao ser humano. Esta comunicação, do latim *communicare*, ganha o significado de partilhar, compartilhar idéias, pensamentos, informações. E o jornalismo, como um ato de comunicação, surgiu exatamente por esta capacidade dos humanos de criar sistemas que lhes permitam compartilhar informações, pensamentos e idéias. Portanto, sim, o ato de comunicação e, por consequência, o fazer jornalismo, é uma ação humana (IJUIM, 2011, p.2).

O fazer jornalismo como uma ação humana requer um olhar diferenciado de quem está na busca pela notícia. Para explicar o fato para o leitor ou telespectador, o comunicador deve compreender as ações humanas. Refletir sobre uma notícia envolve sentimentos durante a apuração. Muitas vezes, o jornalista se envolve com uma reportagem e, ao vivenciar a notícia, pode praticar o jornalismo humanizado, com um texto cheio de detalhes, observações dele e do próprio personagem dessa história. Para Ijuim (2005), o jornalista só está apto a desenvolver o jornalismo humanizado quando compreende as ações humanas, desenvolve as habilidades de observar, refletir e expressar e atinge a possibilidade de superar três desafios da profissão: técnicos, éticos e estéticos. O primeiro diz respeito às inovações tecnológicas que se tornam um grande desafio ao jornalista que precisa estar atualizado com tudo que há de novo no mercado. Os desafios éticos são aqueles que requerem do jornalista uma ampliação da visão de mundo, porém sem deixar de lado os princípios éticos da profissão. O desafio estético está ligado à criatividade, um desafio essencial para quem busca a transformação da linguagem e a atenção de quem recebe a notícia.

(...) um comunicador que desenvolva tais habilidades e esteja consciente desses desafios, terá maior probabilidade de corresponder a um jornalismo humanizado. Seu trabalho – enquanto processo e enquanto consequência – pode constituir em contribuição ao processo de pessoalização – ser vasos comunicantes de solidariedade, compaixão, humanização (IJUIM, 2005, p.44).

Por outro lado, é preciso ficar atento. Não é difícil encontrar equipes de reportagem que levam para o público uma primeira impressão diante do que “veem”, muitas vezes com pré-julgamentos e, assim, o não dito, o não revelado no texto, são desprezados. Ijuim lembra que “ainda que todo o percurso humanista tenha exercido contraposições vitais a essa postura, tudo indica que a sociedade (e a imprensa), ainda precisa amadurecer muito para compreender e praticar um humanismo universalista”.

E quando o jornalismo humanizado é possível? Há boas referências para responder a essa pergunta, uma delas vem dos textos escritos pela jornalista, escritora e

documentarista, Eliane Brum. Em *Missão Ebola: “Me reinventei a marretadas”*<sup>26</sup>, artigo publicado na revista *Época* em 19 de novembro de 2012, Eliane Brum quis mostrar como é isolar o vírus ebola<sup>27</sup>, sem isolar a vida. Na matéria, a repórter explicou como o vírus é transmitido, os sintomas da doença, apontou o número de pessoas infectadas em alguns países e ainda foi além. A jornalista descreveu “o chamado” de uma psicóloga para ajudar no combate a uma epidemia de ebola na República Democrática do Congo (RDC).

A forma como o texto foi construído mostra a preocupação da jornalista em levar para o leitor muito além do básico de uma reportagem sobre uma determinada doença. Eliane Brum não ficou apenas nos números, sintomas e casos de morte ou de quem enfrentou a doença. Ela escolheu uma profissional que deixou a própria vida para enfrentar a missão de cuidar sem poder tocar, integrar uma equipe de emergência numa das regiões mais miseráveis e violentas do planeta, com histórias sobre como arrancar vida no meio da morte. O diálogo entre estatísticas de uma doença e sua realidade e as mudanças na vida de quem se arriscou para salvar humanizam o relato jornalístico. Essa humanização no texto não existe apenas porque uma psicóloga virou personagem da notícia, mas porque a jornalista não fez julgamentos, censura ou condenação. Ela apenas relatou, com um olhar mais profundo, uma notícia de quem viveu para contar a história.

Com essa referência de um texto humanizado, faz-se, agora, uma breve explicação do que se entende por jornalismo humanizado, segundo Ijuim (2011). Para ele, as narrativas do jornalismo humanizado são produzidas a partir do ser humano, ele é o ponto de partida e chegada. O jornalista, ainda no momento da apuração da notícia, busca versões verdadeiras e não, necessariamente, produz a verdade, pois o repórter não se relaciona com um objeto de conhecimento, mas com outros seres humanos envolvidos no processo comunicativo.

Dessa forma, sua busca envolve a compreensão das ações dos sujeitos da comunicação – é a expressão dos sentidos da consciência. Na procura da essência dos fenômenos, atribui-lhe significados, os sentidos, para proporcionar ao público, mais que a explicação, a compreensão das ações humanas (IJUIM, 2011, p.17).

---

<sup>26</sup> Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Sociedade/eliane-brum/noticia/2012/11/missao-ebola-me-reinventei-marretadas.html>. Acesso em: 19 de novembro de 2012.

<sup>27</sup> O ebola, vírus identificado pela primeira vez em 1976 no antigo Zaire (atual República Democrática do Congo), é uma febre hemorrágica frequentemente letal, para a qual ainda não existe nem tratamento curativo, nem vacina.

Ao relatar uma história, o jornalista esvazia-se de preconceitos e enche-se de criatividade e emoção solidária, assume uma postura de curiosidade e descoberta. Sendo assim, segundo Ijuim (2011), o trabalho jornalístico “respeita as diferenças de qualquer natureza e se isenta de julgamentos, de preconceitos e estereótipos. Daí, sua narrativa adquire caráter emancipatório, pois, de forma humanizada, seu ato é humanizador”.

### 3. O QUE MUDAR E COMO MUDAR?

Toda mudança causa estranheza e num primeiro momento assusta. E existe um tempo de adaptação que pode ser até onde a linguagem natural chega ao exagero, mas as circunstâncias e os contextos levam a um ajuste prático e necessário <sup>28</sup>.

A busca pela aproximação com o público é constante no telejornalismo brasileiro, desde os primeiros noticiários de TV, na década de 1950, como citado anteriormente. Hoje, mais de sessenta anos depois, qual é a linguagem do momento, aquela utilizada pelos principais telejornais brasileiros? O que fazer para se aproximar do telespectador? Buscaram-se essas respostas com jornalistas de uma das principais emissoras de televisão do Brasil, a Rede Globo, e de uma das suas afiliadas, a TV Morena de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Em entrevista pessoal, os profissionais apontaram as principais mudanças na linguagem telejornalística regional, as dificuldades em implementar essas mudanças nas rotinas do trabalho e o perfil de quem conseguiu, facilmente, transformar o modo de escrever e apresentar a notícia.

A gerente de desenvolvimento de jornalismo da Rede Globo, Vera Iris Paternostro, afirma que a linguagem dos telejornais sempre foi dinâmica e que a tecnologia de telecomunicações tem grande influência nos formatos, modelos e características dos telejornais por modificar, a partir dela, o jeito de se fazer telejornalismo.

Conforme a TV foi se consolidando e novas tecnologias, como, por exemplo, o vídeo tape, foram se incorporando ao jornalismo televisivo e o tornando mais ágil, a narrativa, a linguagem, vai buscando naturalmente uma informalidade maior com o propósito de se aproximar mais do telespectador. O tom distante e frio vai sendo sobreposto pela linguagem mais coloquial, mais próxima. E, assim permite um jornalismo mais "quente" <sup>29</sup>.

A jornalista ainda cita outra tecnologia, a internet, que aumentou a disputa pela audiência entre os meios de comunicação com o rápido desenvolvimento dos sites de notícias. Na busca pela conquista da audiência, essas novidades impulsionaram ainda mais a mudança no telejornalismo e, com isso, apresentadores e repórteres são orientados a utilizar a naturalidade para contar uma história. Para Paternostro, “assim, a

---

<sup>28</sup> Entrevista pessoal, via correio eletrônico, com Vera Iris Paternostro, gerente de desenvolvimento de jornalismo da Rede Globo. Rio de Janeiro, 2012.

<sup>29</sup> Idem 35.

comunicação natural, de dentro para fora, humanizando repórteres, valorizando imagens e fatos populares é uma tendência e se torna uma conquista coerente do telejornalismo hoje”.

A editora de rede da TV Morena, Jaqueline Bortolotto, afirma que a principal mudança do telejornalismo brasileiro, nos últimos anos, é a busca pela simplicidade e concorda com Paternostro, ao dizer que o acesso das massas às mídias digitais trouxe um novo desafio: a aproximação com o público. Para ser compreendido por quem assiste à TV, é preciso falar a mesma linguagem e, surgem aí, as seguintes questões: “a mesma linguagem de quem? Do político ou da dona de casa? Do pesquisador ou do gari? Do jovem ou do idoso? Essa era a grande dificuldade! Encontrar o meio-termo ainda é objetivo de quem faz telejornalismo no Brasil”<sup>30</sup>.

Os cuidados na escolha do estilo do texto de uma apresentação ou reportagem devem ser rigorosos. Uma linguagem simplória, exageradamente coloquial, pode provocar a crítica dos mais cultos. Da mesma forma, uma linguagem rebuscada, literária para um público sem formação acadêmica, acostumado à linguagem mais popular, cotidiana, também não teria um bom resultado. Segundo Jaqueline Bortolotto, em entrevista pessoal,

nesse processo, foi necessário entender quem é o público do telejornalismo brasileiro e o que ele esperava desse processo de comunicação. O resultado dessa busca é que vemos hoje, nas redações dos principais telejornais do Brasil e também de Mato Grosso do Sul: o texto jornalístico tradicional – aquele com formato e estilo definidos - está sendo gradativamente substituído por narrativas mais simples. Vivemos um período de experimentar novas formas<sup>31</sup>.

Para a editora do Jornal Nacional e uma das diretoras do Globo Repórter, Angela Garambone, uma das mudanças mais visíveis nos telejornais, nos últimos anos, é de apresentadores que se aproximaram do público com certa intimidade na hora de passar a notícia, “ao caminhar pelo cenário, ao se sentar à mesa, ao falar de forma cada vez mais coloquial e a participação popular, com entrevistas ao vivo, com queixas direcionadas às autoridades, com pautas sugeridas”<sup>32</sup>.

---

<sup>30</sup> Entrevista pessoal, via correio eletrônico, com Jaqueline Bortolotto, editora de rede da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2012.

<sup>31</sup> Idem 37.

<sup>32</sup> Entrevista pessoal, via correio eletrônico, com Angela Garambone, editora do Jornal Nacional da Rede Globo. Rio de Janeiro, RJ, 2012.

Os repórteres também apresentam mudanças na linguagem para deixá-la mais próxima da realidade de todos os telespectadores. A editora do JN explica que basta falar como todo mundo fala e ainda lembra que, às vezes, cabem até expressões regionais, gírias, dependendo do assunto tratado,

a linguagem dita culta, cheia de portantos, entretantos e poréns deve ser deixada de lado. É o princípio da TV. Se não há como voltar o disco ou a fita e assistir de novo, tudo tem que ser bem claro logo de primeira <sup>33</sup>.

Para o repórter ou apresentador acostumado com o texto tradicional, aquele construído conforme as regras jornalísticas presentes na literatura científica tradicional, desconstruir uma ideia de estrutura de narrativa para se adequar aos novos padrões se torna um desafio. Paternostro dá uma dica: “repórteres e apresentadores devem acompanhar as mudanças e buscar dentro de si as características de suas personalidades que possam ajudar nesse novo momento” <sup>34</sup>. A gerente de desenvolvimento de jornalismo da Rede Globo lembra de um detalhe importante, os profissionais precisam ter o domínio do que falam, se aprofundar no conhecimento do noticiário antes de falarem sobre o assunto nos telejornais,

eles precisam entender as notícias, conhecer o fato com maior profundidade, para poder transmitir o noticiário de forma natural e informal. O telespectador está mais atento e percebe muito bem quando o repórter ou apresentador não entende o que está falando. Quanto mais repórteres e apresentadores se distanciarem dos fatos, mais afastados do novo formato estarão <sup>35</sup>.

A apresentação de um telejornal de uma forma descontraída, que mais parece uma conversa, um bate-papo, como se os apresentadores estivessem na sala de estar do telespectador, também é presente nas reportagens. A editora de rede da TV Morena vai além, constata que hoje não há regras para fechar um texto de reportagem. Ela afirma que o repórter, no local onde ocorreu o fato, pode entrar na história e dar, inclusive, o seu testemunho, com suas impressões e seu depoimento sobre o que está vendo. Na cobertura de uma catástrofe, por exemplo, hoje é muito mais valorizada a narrativa testemunhal, do que uma reportagem com texto fechado entre o repórter e o editor,

---

<sup>33</sup> Idem 39.

<sup>34</sup> Entrevista pessoal, via correio eletrônico, com Vera Iris Paternostro, gerente de desenvolvimento de jornalismo da Rede Globo. Rio de Janeiro, RJ, 2012.

<sup>35</sup> Idem 41.

como se fazia num passado recente. “É o momento e a vez da reportagem testemunhal.”

36

A repórter de rede da TV Morena, Cláudia Gaigher, relata que a tentativa de aproximar o público dos fatos faz com que o telespectador se sinta parte do que é mostrado. O formato das imagens também tem cumprido esse papel. “Gravações em plano sequência, onde não existe muita edição, trazem a quem assiste a impressão de estar lá na hora da gravação. O telespectador gosta disso, de ver os detalhes e tirar as suas conclusões. O importante é ser o mais real possível”<sup>37</sup>. A jornalista, repórter há 20 anos, explica que cada profissional tem uma particularidade e um jeito próprio de falar e passar a notícia,

Eu gosto de conversar. Para mim, a pessoa que me assiste em casa é alguém conhecido que quer saber as notícias do dia de um jeito claro, objetivo e informativo. Sempre parto do princípio que estou contando uma história que tem de ter começo, meio e fim. Não pode ser só um relato superficial. Busco, por trás de cada envolvido, um olhar pessoal, situações que levaram aquelas pessoas aquele momento noticiado. A vida é assim, um emaranhado de situações que, em um certo instante, geram um fato. É preciso entender o fato e o que levou aquele momento para assim conseguir passar a notícia completa<sup>38</sup>.

O repórter da TV Morena, Alexandre Cabral, diz que hoje o telespectador se sente como dono do jornal, como um integrante, “porque os profissionais vão falar o que ele quer e da forma que ele se sente melhor em ouvir”<sup>39</sup>. O jornalista também lembra das dificuldades de adequação a esse jeito mais “solto” de escrever e transmitir a notícia. “Temos a incumbência de fazer a tradução das conversas de calçadas, para a linguagem de televisão, afinal nossa audiência é eclética”. Ele concorda com os jornalistas da emissora quando diz que uma das saídas para levar a informação para aqueles que não tiveram acesso à escola e, ao mesmo tempo, para o telespectador mais culto, é ser o mais natural possível:

nunca devemos esquecer que uma boa parte dos espectadores mais assíduos, ouve o jornal pelo rádio ou pelo volume alto da TV, por isso a importância de se deixar bem clara a mensagem a ser repassada. A ousadia nos textos, na

---

<sup>36</sup> Entrevista pessoal, via correio eletrônico, com Jaqueline Bortolotto, editora de rede da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2012.

<sup>37</sup> Entrevista pessoal, via correio eletrônico, com Cláudia Gaigher, repórter de rede da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2012.

<sup>38</sup> Idem 44.

<sup>39</sup> Entrevista pessoal, via correio eletrônico, com Alexandre Cabral, repórter da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2012.

forma de apresentação, na desenvoltura do agente comunicador, é hoje um desafio para qualquer TV <sup>40</sup>.

Ser ousado no texto ou na apresentação não é uma tarefa fácil para quem está acostumado com o telejornalismo com regras para escrever, com o padrão na narração dos textos e o jeito tradicional de se apresentar a notícia, em uma bancada e com um *teleprompter* na frente para ler a informação, por exemplo. O editor-chefe e apresentador do “Bom Dia MS”, telejornal da TV Morena, Ginez Cesar, afirma que a emissora ainda está no início da busca desse "novo" formato na linguagem. Para ele, o atual modelo de telejornalismo brasileiro ainda está muito alicerçado no modelo norte-americano que foi copiado desde o início da TV brasileira. O jornalista acredita que ainda há muitos obstáculos que impedem essa inovação de forma mais rápida e essas dificuldades “partem dos próprios jornalistas que estão no mercado e também do próprio telespectador, que talvez, não esteja ainda totalmente preparado para essa "revolução" de uma única vez” <sup>41</sup>. Ginez Cesar acredita que haverá, sim, uma transformação total da linguagem nos telejornais regionais, mas isso será feito aos poucos, de forma gradativa, com erros e acertos.

Os obstáculos apontados pelo editor-chefe do “Bom Dia MS” vão além de quem faz e de quem assiste ao telejornal. Ele também aponta a estrutura das empresas como um ponto importante para transformar a linguagem. “É preciso investir pesadamente em videografismo e em estúdios diferenciados. Não se muda uma linguagem jornalística apenas alterando a forma da locução e o perfil do apresentador”. O apresentador ainda lembra de um segundo ponto: o limite para a ousadia.

Esse processo de maturação leva tempo e até atingirmos o modelo mais agradável será preciso errar muito. Exemplo: Será preciso avaliar se o terno ainda é fundamental. A gravata já pode deixar de fazer parte do figurino? Apresentação em pé ou sentado? <sup>42</sup>

A editora-executiva da TV Morena, Lucimar Lescano, concorda com Ginez Cesar em relação aos pequenos detalhes para essa transformação. Para ela, a mudança passa por dois enfoques que se complementam, a linguagem falada e a linguagem visual e gestual. Se a linguagem é mais coloquial, como uma conversa entre jornalista e

---

<sup>40</sup> Idem 46.

<sup>41</sup> Entrevista pessoal, via correio eletrônico, com Ginez Cesar, editor-chefe e apresentador do “Bom Dia MS”, telejornal da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2012.

<sup>42</sup> Idem 48.

telespectador, o visual e o gestual também precisam de simplicidade. Quem não reparou nas mudanças das vestimentas de apresentadores e repórteres de alguns telejornais? Os ternos mais sóbrios e as gravatas cederam espaço para camisas e até algumas estampas. Falar em frente às câmeras não requer mais toda aquela pomposidade de antigamente.

Hoje, apresentadores podem ficar mais soltos na bancada, com movimentos mais livres das mãos. E, na rua, os repórteres se permitem andar e, em alguns momentos, desviar o olhar da câmera enquanto falam. Isso tudo promove uma nova percepção sobre a divulgação da notícia, e, conseqüentemente, a aproximação com o telespectador; além do sentimento de que somos pessoas comuns, conversando com pessoas comuns <sup>43</sup>.

O jornalista Ginez Cesar comenta que, muitas vezes, a população não percebe algumas mudanças. “O público fica muito atento ao visual, se incomoda e se preocupa com a roupa de quem está apresentando.” Ele acredita que o segredo e o desafio dessa transformação na linguagem seja justamente mudar sem agredir quem está assistindo e lembra que “é preciso recuperar em quem assiste o prazer e o interesse pela notícia. Essa reformulação, se bem conduzida, vai atingir o objetivo sem grandes alardes”.

Para a editora-executiva da TV Morena, os jornalistas da emissora ainda passam por uma fase de aprendizado. “Ainda estamos buscando os formatos que melhor se enquadram à equipe e estrutura de trabalho. Às vezes, uma coisa ou outra não agrada ao telespectador nem a nós mesmos; e o retorno é imediato.”

A repórter de rede, Cláudia Gaigher, lembra que a resposta do telespectador é direta. “Se ele entende o que é dito nas reportagens ele assiste e confia naquele telejornal, naquele profissional.” A jornalista diz ainda que o público está mais participativo, ele ajuda, inclusive, a manter a redação informada sobre alguns acontecimentos,

temos milhares de produtores espalhados pela cidade, cada dona de casa que resolve ligar ou mandar um e-mail questionando a reportagem que acabou de ir ao ar, o profissional que liga sugerindo assuntos, os moradores que informam a redação sobre fatos que estão acontecendo na cidade, em seu bairro ou em sua vida. As pessoas querem se ver na televisão. Elas querem fazer parte desse mundo de notícias e hoje usam inclusive os recursos eletrônicos de gravação de imagens em telefones celulares, em câmeras semiprofissionais ou até amadoras e oferecem a redação imagens de fatos inéditos que tem ajudado inclusive a compor grandes reportagens. Diante

---

<sup>43</sup> Entrevista pessoal, via correio eletrônico, com Lucimar Lescano, editora-executiva da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2012.

disso, fica evidente que a população descobriu como usar o veículo televisão e como fazer parte de todo esse processo de pensar um telejornal <sup>44</sup>.

O editor-chefe e coordenador das emissoras afiliadas da Rede Globo, Marco Antônio Campos Rodrigues, é direto quando o assunto é jornalista que não conseguiu mudar o jeito de escrever e de falar a notícia. “Mudou o perfil. Muita gente tem se destacado e outros estão com os dias contados na TV” <sup>45</sup>. Ele explica que não precisa ser um especialista em tudo, mas tem que possuir uma cultura geral sólida. Quanto ao profissional que tem mais dificuldade para mudar a linguagem ou o jeito de transmitir a notícia, Marco Rodrigues é radical na resposta: “é aquele que não sabia muito do que estava falando, mas era ótimo decorador. Acabou a cola”. A cola, citada pelo editor-chefe da Rede Globo, é a facilidade que o apresentador tinha ou ainda tem quando passa a notícia com o uso do *teleprompter*.

Na era da aproximação, quando mais inovação e domínio das palavras, mais audiência se conquista. Segundo a gerente de desenvolvimento de jornalismo da Rede Globo, “a disputa pela audiência - que não é uma tendência só dos dias atuais - também é um fator de mudança do formato dos telejornais. Quanto mais se quer ampliar o alcance da audiência, mais necessário torná-lo experimental e diferenciado” <sup>46</sup>.

A adaptar-se aos novos tempos, refletir sobre a necessidade de mudança, enfrentar o desafio em equipe, reconquistar o espaço com um pensamento diferente e trabalhar arduamente para achar seu diferencial, esses são os pontos de partida para a transformação, segundo Paternostro. “O importante é estarem todos alinhados com o formato, mas dentro dele não encontrarem uma forma, uma receita de bolo. Cada um deve buscar o seu caminho e conquistar o seu estilo próprio.” A gerente de desenvolvimento de jornalismo da Rede Globo faz um alerta aos jornalistas que hoje se esforçam para encontrar o novo caminho dentro do telejornalismo, “os profissionais, principalmente os novos, não devem copiar estilos ou modelos, pois estarão sempre fazendo uma cópia e o telespectador percebe e não aceita”.

---

<sup>44</sup> Entrevista pessoal, via correio eletrônico, com Cláudia Gaigher, repórter de rede da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2012.

<sup>45</sup> Entrevista com Marco Antônio Campos Rodrigues, editor-chefe e coordenador das emissoras afiliadas da Rede Globo. Rio de Janeiro, RJ, 2012.

<sup>46</sup> Entrevista pessoal com Vera Iris Paternostro, gerente de desenvolvimento de jornalismo da Rede Globo. Rio de Janeiro, RJ, 2012.

#### 4. HISTÓRICO DA TV MORENA

A TV Morena foi criada em 1965, antes mesma da divisão do estado de Mato Grosso, em 1977. Os irmãos Zahran, já com um grupo empresarial consolidado na distribuição de gás na região Centro-Oeste, colocaram em funcionamento o primeiro canal de televisão do, então, estado de Mato Grosso. Como a TV significava um negócio novo, em expansão, os empresários conquistaram também um outro tipo de comércio: a venda de televisores. Ueze Zahran montou uma fábrica de televisores – Televisores Michigan –, que fechou tempos depois.

No início, a programação da TV Morena era gerada pela extinta TV Excelsior e, em seguida, foi substituída pelas imagens da TV Record e, mais tarde, pela programação da TV Tupi. Em 27 de dezembro de 1965, entrou no ar o primeiro telejornal o “Notícias do Dia”.

O “Notícias do Dia” era um telejornal com edições diárias de 25 minutos, veiculado de segunda a sexta-feira, com uma estrutura que apresentava blocos de notícias internacionais, nacionais e locais intercalados por intervalos comerciais. Era um telejornal feito totalmente dentro do estúdio, com duas câmeras e composto, basicamente, de notas e sem gravações externas (Cancio, 2005, p. 118).

Na época, a emissora ainda não tinha equipamentos para a produção de reportagens e ainda não existia a função de repórter. Cancio (2005) lembra que o cenário do telejornal era apenas uma cortina de cor neutra de fundo e, mais tarde, ganhou um quadro de madeira com o nome “Notícias do Dia”. Este telejornal foi o único da emissora até 1967, quando surgiu o “Módulo 6”, o segundo noticiário apresentado em Mato Grosso. Segundo Cancio (2005, p. 121), “este telejornal tinha entre dez e quinze minutos e era apresentado em uma edição que ia ao ar às 22 horas de segunda-feira a sábado. Apresentava informações que também vinham de agências de notícias e de rádio escuta”.

Esse telejornal, feito com muitas notas e slides, começou a ter o seu formato renovado com a introdução do videotape, quando os telejornais começaram a gravar as matérias. Na década de 1970, a TV Morena ainda não estava ligada a um sistema de rede nacional e retransmitia programas da TV Tupi. O material, como novelas, filmes e, inclusive, o noticiário nacional da TV Tupi chegava à TV Morena no dia seguinte por transporte aéreo.

A programação foi reformulada por causa da estruturação da empresa e do contrato de filiação com a Rede Globo em 1976. No dia 3 de janeiro de 1976, entrou no ar o “Jornal do Meio Dia” e no lugar do “Notícias do Dia” entrou o “Jornal de Verdade”, apresentado às 20h50. Segundo Cancio (2005), “a estrutura das reportagens era a mesma apresentada por outros telejornais: imagens cobertas com texto narrado em off e a inclusão de entrevistas para complementar o material”. O principal telejornal da emissora, o “Jornal de Verdade” mudou de nome em 1979, passou a chamar “Jornal das Sete”.

As mudanças não pararam por aí. Em janeiro de 1983, por causa de uma nova reestruturação da Rede Globo, as afiliadas começaram a veicular os telejornais regionais, antes da novela ou do “Jornal Nacional”. Em Campo Grande, começaram a ser exibidos o MS TV 1ª edição e o MS TV 2ª edição.

Nessa fase, o telejornalismo da TV morena passa a contar com jornalistas de outros Estados e implanta definitivamente o modelo e o padrão determinado pela Globo: telejornais que apresentam na sua estrutura notas e reportagens externas em sequência, informações curtas e predominância de notícias locais (Cancio, 2005, p. 124).

Em 2012, a TV Morena tem três telejornais diários: o Bom Dia MS, o MS TV 1ª edição e o MS TV 2ª edição. A emissora também tem três programas, em estilo de boletins, diariamente: o MS Notícias que vai ao ar três vezes por dia, dois pela manhã e um a tarde. A emissora também produz, de segunda a sábado, o Globo Esporte, com notícias do esporte de Mato Grosso do Sul e, aos sábados, o MS Rural, com notícias do campo, o Atualidades, programa de variedades e o Meu Mato Grosso do Sul, com focos na música e na cultura do estado.

#### **4.1. MS TV, 1ª e 2ª edições, e Bom Dia MS**

O Bom Dia MS vai ao ar em um horário que coincide com o café da manhã do telespectador, às 7h30. É o telejornal que tem a maior duração, aproximadamente 53 minutos de produção e é veiculado de segunda a sexta-feira, sob o comando do jornalista Ginez Cesar, apresentador e também editor-chefe, em 2011. O noticiário começa a ser produzido com um dia de antecedência, ao término de cada edição, quando o editor-chefe se reúne com produtores para a discussão das pautas. Na sequência,

inicia-se a construção do “espelho”, ou seja, a previsão dos temas que deverão compor a próxima edição. A edição das matérias começa às 14 horas e é finalizada por volta das 21 horas. O noticiário tem a participação de repórteres de Campo Grande, Três Lagoas, Dourados, Ponta Porã e Corumbá com reportagens e entradas ao vivo durante a programação. O telejornal também conta com a presença de entrevistados no estúdio, onde se discutem os assuntos destaques da semana. Participam ainda comentaristas esportivo e rural que interagem com o apresentador, com os entrevistados do setor, também no estúdio. Além das notícias informadas pelo apresentador, há um jornalista na própria redação da TV Morena que participa do noticiário com os factuais da manhã veiculados pelo sítio web da emissora: [g1.com.br/tvmorena](http://g1.com.br/tvmorena). É um telejornal com muitas matérias factuais e também um foco no lado econômico, o que confirma o depoimento do apresentador e editor-chefe do Bom Dia MS:

as reportagens e entrevistas estão sempre focadas em economia (agronegócio, indústria, comércio e serviços) política (medidas de governo, Assembleia, políticas financeiras) esporte e matérias de comportamento (com abordagens em saúde e economia e de cotidiano das pessoas) <sup>47</sup>.

O jornalista, Ginez Cesar, responsável pelo Bom Dia MS, afirma que o noticiário tem um propósito claro de passar uma informação que sirva de orientação para tomada de decisões do telespectador. Segundo o jornalista, “a intenção do Bom Dia MS é fazer com que as pessoas saiam de casa pelo menos com algum conteúdo do Bom Dia MS, pelo menos um comentário ou uma reflexão” <sup>48</sup>.

O MS TV 1ª edição vai ao ar ao meio-dia. O segundo maior telejornal da TV Morena, tem, em média, 40 minutos de produção e é exibido de segunda a sábado. Em 2012, dividem a bancada os apresentadores Maureen Mattiello e Marcos Anelo que acumula a função de editor-chefe do MS TV 1ª edição. O telejornal começa a ser produzido às 8 horas, na reunião de pauta. Em seguida, inicia-se a edição das matérias jornalísticas. O noticiário também tem a participação de repórteres das praças – sucursais da TV Morena - de Campo Grande, Três Lagoas, Dourados, Ponta Porã e Corumbá com reportagens e entradas ao vivo. No estúdio, sempre há participações de entrevistados com assuntos de interesse da comunidade. O programa tem ainda uma comentarista esportiva que leva as notícias estaduais do esporte. O telespectador

---

<sup>47</sup> Entrevista com Ginez Cesar, editor-chefe e apresentador do “Bom Dia MS”, da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2011.

<sup>48</sup> Idem 28.

também tem a oportunidade de participar do telejornal, com sugestões encaminhadas por meio do sítio web da TV Morena.

Tempos a preocupação de fazer um jornal factual e leve ao mesmo tempo, por isso reportagens policiais são distribuídas ao longo dos quatro blocos. Depois de uma notícia “pesada” procuramos colocar uma reportagem leve, de comportamento, de curiosidade <sup>49</sup>.

O último telejornal do dia, o MS TV 2ª edição, vai ao ar às 19h05. Esse noticiário da TV Morena com menor duração, com aproximadamente 12 minutos, é exibido de segunda a sábado, com a apresentação de Lígia Sabka que também é editora-chefe. A reunião de pauta começa às 8 horas e as matérias são produzidas pela manhã e durante a tarde. Os repórteres de Campo Grande, Três Lagoas, Dourados, Ponta Porã e Corumbá também participam do MS TV 2ª edição, mas, geralmente, com apenas uma entrada ao vivo de apenas uma praça por dia.

nossa prioridade são os assuntos de economia, polícia, saúde, política, meteorologia, enfim, geralmente exibimos de três a quatro reportagens e o restante dos assuntos é resumido em notas com ou sem imagens. Entrevistas ao vivo são raras, mas sempre que possível colocamos um repórter ao vivo com uma informação de última hora ou então um fato que esteja ocorrendo no momento do jornal e que podemos mostrar <sup>50</sup>.

#### **4.2. O Jornalismo Humanizado na TV Morena**

Em entrevista ao portal “Comunique-se” ([www.comunique-se.com.br](http://www.comunique-se.com.br)), o diretor geral das Organizações Globo, Octávio Florisbal, explicou que o objetivo da modificação dos noticiários da Rede Globo foi prender a atenção do telespectador. Essa preocupação de transformar a linguagem que, segundo ele, tende a se tornar cada vez mais informal, acessível ao grande público, em específico a classe C, não se limita apenas ao jornalismo nacional de São Paulo e Rio de Janeiro. O jornalismo regional da Rede Globo, produzido pelas cinco emissoras próprias e suas 117 afiliadas espalhadas pelo Brasil, também passa por um momento de transformação da linguagem.

---

<sup>49</sup> Entrevista com Marcos Anelo, apresentador e editor-chefe do MS TV 1ª edição, da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2011.

<sup>50</sup> Entrevista pessoal com Lígia Sabka, editora-chefe e apresentadora do MS TV 2ª edição, da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2011.

Com a necessidade de mudar o formato dos telejornais locais, Octávio Florisbal disse ao portal que algumas alterações foram feitas no “SP TV” e o “RJ TV”. “No Rio de Janeiro e em São Paulo acabamos com o teleprompter (TP), então o apresentador não lê mais a notícia; ele anda, conversa com os comentaristas <sup>51</sup>.”

Ele informou ainda que as mudanças que recentemente aconteceram nas duas praças próprias da Rede Globo começam a ser implantadas em todas as afiliadas da rede, para alcançar um padrão no jornalismo local. “Esses telejornais passam a ter uma linguagem que é mais informal, com uma linguagem de maior compreensão”.

Chegar às comunidades das grandes metrópoles foi um dos objetivos alcançados com as mudanças no noticiário regional da Rede Globo, avalia o diretor geral da emissora. Atualmente, a capital paulista e a fluminense têm a colaboração de ‘correspondentes comunitários’, que informam os últimos acontecimentos de determinado bairro. Para Florisbal, essa produção serve para aproximar a grande massa, ao perceber o destaque dado ao local similar ao que ela vive <sup>33</sup>.

Linguagem informal, ausência de TP e colaboradores comunitários são, entretanto, mudanças implementadas pela TV Globo apenas no jornalismo regional. Segundo Florisbal<sup>52</sup>, os telejornais de âmbito nacional permanecerão com conteúdo formal. Ele, porém, afirma que com um aspecto mais solto, ou não, o veículo busca o mesmo resultado: qualidade de informação.

O MS TV 1ª edição, um dos três telejornais da TV Morena, de Campo Grande (MS), é um dos noticiários das afiliadas da Rede Globo que seguem essa proposta de transformação de linguagem. O gerente de jornalismo da TV Morena, Alfredo Singh, explica que a mudança segue a orientação da direção de Jornalismo da Rede Globo para que a linguagem se torne acessível a todas as classes sociais, sem distinção.

É um desafio pra levar a informação para as classes A e B que durante o dia já tiveram alguma informação e vão chegar em casa e receber os principais fatos de forma organizada, já as classes C, D e E, que não tiveram tempo de ir atualizando as informações ao longo do dia, também querem ter as mesmas

---

<sup>51</sup> Disponível em <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/editorias/3-imprensa-a-comunicacao-/67145-telejornal-informal-diretor-geral-da-globo-octavio-florisbal-aposta-no-jornalismo-local-%E2%80%9Cmais-solto%E2%80%9D.html>. Acesso em: 15 de março de 2012

<sup>52</sup> Em palestra no dia 4 de outubro de 2011, no Maxi Mídia, evento realizado em São Paulo. Disponível em: <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/editorias/3-imprensa-a-comunicacao-/67145-telejornal-informal-diretor-geral-da-globo-octavio-florisbal-aposta-no-jornalismo-local-%E2%80%9Cmais-solto%E2%80%9D.html>. Acesso em: 15 de março de 2012.

informações, porém de forma simples, direta e objetiva. Na TV Morena, estamos aos poucos trabalhando com a equipe para esta transição de texto <sup>53</sup>.

O gerente de jornalismo da TV Morena lembra que é preciso levar a informação ao telespectador de uma forma clara para que todos possam entender o que está no ar. Essa busca pela simplicidade no texto e até mesmo a maneira de se expressar do jornalista são assuntos do terceiro capítulo, quando serão apresentadas as opiniões de jornalistas que estão em um momento de transição da linguagem dos telejornais.

---

<sup>53</sup> Entrevista pessoal com Alfredo Singh, gerente de jornalismo da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2012.

## **5. A PRODUÇÃO DE SENTIDO NO TEXTO**

Antes de colocar em prática um percurso metodológico para a análise dos textos jornalísticos, faz-se um breve histórico sobre a teoria geral dos signos: a semiótica que tem, como objeto, o sentido. Para Bertrand (2003), a semiótica se interessa pelo “parecer do sentido”, que se apreende por meio das formas da linguagem e dos discursos que o manifestam.

As linguagens estão no mundo e nós estamos na linguagem, A Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido (SANTAELLA, p. 4, 1983).

Embora a opção desta dissertação tenha sido pela utilização da semiótica greimasiana (ou francesa) para as análises dos textos telejornalísticos, contextualiza-se aqui, mesmo que de modo breve, as outras fontes de origem e desenvolvimento dessa ciência. A semiótica, a mais jovem ciência a despontar no horizonte das chamadas ciências humanas, teve três origens: uma nos EUA, outra na União Soviética e a terceira na Europa Ocidental. Ghizzi (2009), explica que, atualmente, as correntes das semióticas já são amplamente conhecidas, mas as correntes filosóficas, de Charles Sanders Peirce, e linguísticas, de Fernand de Saussure, permanecem sendo as mais importantes do século XX. Por esse motivo, traça-se, a partir de agora, um breve histórico sobre essas duas correntes da semiótica.

### **5.1. Semiótica peirceana**

Uma dessas fontes, a norte-americana, germinou nos trabalhos do cientista-lógico, filósofo, Charles Sanders Peirce, que apresenta uma obra extensa e complexa. Santaella (1983) destaca algumas das diversas áreas da ciência, às quais Peirce se dedicou: Matemática, Física, Astronomia, Química, Linguística, Psicologia, História, Lógica e Filosofia. Em todas elas, o estudioso buscava o conhecimento dos métodos e dos fundamentos lógicos. Mas foi apenas a partir da localização da semiótica, que Peirce deu prosseguimento a sua doutrina formal de todos os tipos possíveis de signos, ou seja, a Lógica ou Semiótica.

Para Peirce, que pretendia construir uma filosofia científica da linguagem, tudo o que o homem faz é uma questão semiótica. A partir deste princípio geral, o semioticista americano postula categorias universais para a compreensão dos fenômenos, baseadas em patamares de percepção dos fatos (TEIXEIRA, p. 38, 1996).

Para o filósofo, a primeira instância de um trabalho filosófico é a fenomenológica. Ele dedicou grande parte de sua existência à elaboração e ampliação do campo de aplicação das suas categorias universais. Para Santaella (2002, p. 7), “a fenomenologia tem por função apresentar as categorias formais e universais dos modos como os fenômenos são apreendidos pela mente”.

O filósofo chegou à conclusão de que há três elementos formais e universais em todos os fenômenos que se apresentam à percepção e à mente: são os chamados primeiridade, secundidade e terceiridade.

A princípio, quando nos deparamos com um acontecimento (um fenômeno), a primeira reação é puramente a contemplação do ocorrido (primeiridade), as primeiras sensações. O segundo passo é conflitar as experiências anteriores do indivíduo com o existente. Ao passarem pela terceira e última categoria, os fenômenos sofrem generalizações e são enquadrados dentro de leis gerais. Os fenômenos aparecem à consciência primeiramente sob a forma de qualidade, depois existência e por último sob a forma de leis. A primeira categoria peirciana (qualidade) refere-se à qualidade sensível das coisas, sem que exista relação com qualquer outro objeto ou situação. Faz referência à qualidade absoluta dos objetos, sem haver qualquer relação com outros sentimentos.

Consciência em primeiridade é qualidade de sentimento e, por isso mesmo, é primeira, ou seja, a primeira apreensão das coisas, que para nós aparecem, já é tradução, finíssima película de mediação entre nós e os fenômenos. Qualidade de sentir é o modo mais imediato, mas já imperceptivelmente mediatizado de nosso estar no mundo. Sentimento é, pois, um quase-signo do mundo: nossa primeira forma rudimentar, vaga, imprecisa e indeterminada de predicação das coisas (SANTAELLA, p. 20, 1983).

A partir do momento que o signo em primeiridade é pensado, quando a qualidade passa a estar incorporada em um objeto real, ele passa a entrar na segunda categoria (signo em secundidade). Ao estar ligado a um fato, o sentimento torna-se algo singular, único. Torna-se algo real. A terceiridade é a categoria fenomenológica que cria leis nas quais todos os signos são incluídos.

Aí estão enraizadas na fenomenologia as bases para a Semiótica, pois é justo na terceira categoria fenomenológica que encontramos a noção de signo genuíno ou triádico, assim como é nas segunda e primeira categorias que emergem as formas de signos não genuínos, isto é, as formas quase sígnicas da consciência ou linguagem (SANTAELLA, p. 22, 1983).

Santaella (1983) lembra ainda que a semiótica peirceana nos trouxe fundações fenomenológicas e formais para o desenvolvimento de muitas semióticas: semiótica da linguagem sonora, da arquitetura, da linguagem visual, da dança, das artes plásticas, da literatura, do teatro, do jornal, dos gestos, dos ritos, dos jogos e das linguagens da natureza.

## 5.2. Semiótica greimasiana

Analisar textos usando a semiótica greimasiana (ou francesa) não significa emoldurar cada texto dentro de uma estrutura previamente construída, mas verificar os usos que o texto faz de uma dada estrutura para construir seu sentido específico (MATTE, p. 19, 2009).

É importante lembrar que as análises dos textos telejornalísticos desta pesquisa foram realizadas com o embasamento teórico na perspectiva da semiótica greimasiana, no que concerne aos aspectos das projeções da instância da enunciação no enunciado e das relações entre enunciador e enunciatário, pertencentes à sintaxe do nível discursivo. Para contextualizar essa teoria, traça-se agora uma breve revisão dos estudos greimasianos, sem aprofundar-se nos vários conceitos que a teoria apresenta.

A semiótica discursiva, greimasiana, de linha francesa ou ainda a chamada Escola de Paris foi estabelecida pelo lituano radicado na França Algirdas Julien Greimas. Para escrever a obra fundadora da semiótica, *Semântica Estrutural* (1966), Greimas teve como alicerce os trabalhos de Saussure e Hjelmslev. A antropologia cultural, pelos trabalhos de Lévi-Strauss e Marcel Mauss, também influenciaram a disciplina. Barros (2005) lembra que a partir de L. Hjelmslev, a semântica estrutural desenvolveu princípios e método para estudar o sentido e essa preocupação forçou o linguista a rever sua concepção de língua e de estudos da linguagem e a romper as barreiras estabelecidas entre a frase e o texto e entre o enunciado e a enunciação.

Fiorin (2006) explica que após o fracasso do ambicioso projeto da *Semântica Estrutural*, os linguistas voltaram-se para a análise de unidades maiores do que a

palavra. É quando Greimas toma o texto como unidade de análise e mostra que uma semântica deve ser:

a) gerativa, ou seja, deve estabelecer modelos que apreendam os níveis de invariância crescente do sentido de tal forma que se perceba que diferentes elementos do nível de superfície podem significar a mesma coisa numa nível mais profundo (por exemplo, a aprovação no vestibular e a Arca da Aliança, no filme *Os caçadores da arca perdida*, significam a mesma coisa num nível mais profundo, poder fazer: no primeiro caso, pode fazer um curso superior; no segundo, pode vencer os inimigos);

b) sintagmática, isto é, deve explicar não as unidades lexicais que entram na feitura das frases, mas a produção e a interpretação do discurso;

c) geral, ou seja deve ter como postulado a unicidade do sentido, que pode ser manifestado por diferentes planos de expressão (por um de cada vez ou por vários deles ao mesmo tempo: por exemplo, o conteúdo/ negação/ pode ser manifestado por um plano de expressão verbal “não” ou por um gesto como “repetidos movimentos horizontais da cabeça”; o conteúdo de uma telenovela é manifestado, ao mesmo tempo, por um plano de expressão verbal, por um visual, etc) (FIORIN, 2006, p.16).

Teixeira (1996) explica que a semiótica greimasiana parte da compreensão do texto como objeto, ao mesmo tempo, de significação e comunicação e lembra que sob o ponto de vista da significação, os textos são analisados internamente; sob o ponto de vista da comunicação, a análise considera as relações do texto com o que lhe é externo. Para conciliar as duas análises, a semiótica examina os procedimentos de organização textual e os mecanismos enunciativos de produção e recepção dos textos.

Considera a produção de sentido um percurso gerativo constituído de três níveis: o fundamental, em que a significação surge como oposição semântica mínima, o narrativo, em que um sujeito assume a ação e realiza transformações de estado, e o discursivo, em que a narrativa é assumida por um sujeito da enunciação (TEIXEIRA, 1996, p. 39).

Os textos são totalidades de sentido e podem ter, com a semiótica, um processo de construção de sentidos. Segundo Teixeira (1996, p. 40), “a semiótica, voltada para o plano de conteúdo, percorre os níveis de construção dos textos, indo do mais simples ao mais complexo e do mais abstrato ao mais concreto”.

Para Fiorin (2012), a semiótica, como uma teoria do discurso, faz que se introduza, na teoria, a questão da enunciação que, para Benveniste (1989), é entendida como discursivização da língua e que, no entanto, seu objeto é o texto. O autor entende que a passagem das estruturas mais profundas e simples às mais superficiais e concretas se dá pela enunciação.

A Semiótica é herdeira de Benveniste. Como ele considera a enunciação uma instância de mediação entre língua e fala, uma instância logicamente pressuposta pelo enunciado, a instância de instauração do sujeito (...). No entanto, ao estabelecer o texto como seu objeto, altera o que se considera a língua e a fala. Aquelas são as estruturas virtuais do percurso gerativo (nível fundamental e nível narrativo) e esta, as estruturas realizadas (nível discursivo). Dessa forma, de um lado, a Semiótica amplia o alcance da enunciação para todas as linguagens e, de outro, permite explicar o processo de construção discursiva, para além das unidades frásticas, buscando determinar as unidades transfrásticas que entram na constituição do discurso (FIORIN, 2012, p. 34).

Antes da enunciação, a língua é apenas uma possibilidade e, na medida em que o locutor (eu) se manifesta, por meio de um discurso imaginando a presença do outro (tu), a enunciação se constitui. Quando o locutor “assume a língua, ele implanta o outro diante de si, qualquer que seja o grau de presença que ele atribua a este outro. Toda a enunciação é, explícita ou implicitamente, uma alocução, ela postula um alocutário” (BENVENISTE, 1989, p. 84).

Cada enunciação é um ato que serve o propósito direto de unir o ouvinte ao locutor por algum laço de sentimento, social ou de outro tipo. Uma vez mais, a linguagem, nesta função, manifesta-se-nos, não com um instrumento de reflexão mas como um modo de ação (BENVENISTE, 1989, p. 90).

A enunciação realiza-se, portanto, na interação, mesmo que invisível, entre um enunciador e um enunciatário. Quem enuncia é sempre um eu que institui o *tu*, portanto, o *eu* e o *tu* são os actantes da enunciação, os participantes da ação enunciativa. Segundo Fiorin (2004) os dois constituem o sujeito da enunciação, porque o primeiro produz o enunciado e o segundo, funcionando como uma espécie de filtro, é levado em consideração pelo *eu* na construção do enunciado. O enunciador e o enunciatário são o autor e o leitor ou, no caso desta pesquisa, o apresentador e o telespectador. O estudioso lembra que esse autor e leitor (ou apresentador e telespectador) são implícitos, ou seja, a imagem de ambos é construída pelo texto. Ele explica ainda que o enunciatário não é um ser passivo, que apenas recebe as informações produzidas pelo enunciador. “Ele também é um produtor do discurso, que constrói, interpreta, avalia, compartilha ou rejeita significações” (FIORIN, 2004, p. 71).

O enunciado é atualizado por um sujeito que se localiza no tempo agora e no espaço aqui, representador por eu, aqui, agora. A enunciação é, portanto, a instância que povoa o enunciado de pessoas, de tempos e de espaços.

A enunciação define-se como a instância de um eu-aqui-agora. O eu é instaurado no ato de dizer: eu é quem diz eu. A pessoa a quem o eu se dirige é estabelecida como tu. O eu e o tu são os actantes da enunciação, os participantes da ação enunciativa. Ambos constituem o sujeito da enunciação, porque o primeiro produz o enunciado e o segundo, funcionando como uma espécie de filtro, é levado em consideração pelo eu na construção do enunciado (FIORIN, 2006, p.56).

Fiorin (2006, p. 56) explica que a enunciação é definida a partir de um eu-aqui-agora, sendo assim, instaura o discurso-enunciado, quando os autores do discurso são projetados para fora de si. Na prática enunciativa, são dois os mecanismos básicos que instauram as categorias da enunciação no enunciado: a debreagem e a embreagem. A embreagem ocorre quando há uma suspensão das oposições de pessoa, de tempo ou de espaço e produz um efeito de retorno à enunciação. “Quando se emprega a terceira pessoa em lugar da primeira, cria-se um efeito de objetividade, porque se ressalta um papel social e não uma subjetividade.” (FIORIN, 2006, p. 74). A debreagem projeta no enunciado as marcas de pessoa, espaço e tempo e podem ser manipuladas pelo enunciador. Ela pode ser dividida em debreagem enunciativa, quando se produz o efeito de aproximação, e debreagem enunciva, quando se produz o efeito de afastamento.

### **5.3. Gêneros do Telejornalismo**

Para introduzir a apresentação dos quadros que vão sistematizar a análise dos textos dos apresentadores do MS TV 1ª edição, proposta nesta pesquisa, referenciam-se agora os gêneros do telejornalismo. Cada quadro recebeu uma identificação com base nas varias denominações de formatos apresentadas por Guilherme Jorge de Rezende, no telejornalismo brasileiro, que tem base teórica na taxonomia de José Marques de Melo.

O estudo dos gêneros textuais não é novo, mas sempre há uma nova visão do tema pesquisado há mais de 25 séculos, ao considerar que sua observação sistemática teve início em Platão. Marcuschi (2008, p.147) relata que não é possível realizar um levantamento das perspectivas teóricas atuais, mas lembra que “de maneira geral, o que se tem notado no Brasil foi uma enorme proliferação de trabalhos, inicialmente na linha de Swales e depois da Escola de Genebra com influências de Bakhtin e hoje com influência de norte-americanos e da análise de discurso crítica.” (MARCUSCHI, 2008,

p. 152). É a partir dos trabalhos de Bakhtin, com sua teoria translinguística, que se fortalece a noção de gêneros do discurso:

A obra bakhtiniana se configuraria como um "verdadeiro marco referencial para a revitalização dos estudos do gênero nessas duas últimas décadas" (SILVEIRA, 2005, p. 61) e se tornaria um importante suporte teórico para as mais recentes tendências de pesquisas na área de abordagem sócio-retórica como também para as principais obras do campo jornalístico, isto é, do que seria chamado gêneros jornalísticos (COSTA, 2007, p.1).

No campo do jornalismo, a teoria dos gêneros surgiu no final da década de 1950 como uma extrapolação da teoria dos gêneros literários. Embora aplicada diariamente pelas redações e reproduzidas pelas universidades, a teoria dos gêneros jornalísticos só foi organizada graças aos estudos de Jacques Kayser que conquistou o reconhecimento como “pioneiro no tratamento dos gêneros jornalísticos do ponto de vista acadêmico” (MARQUES DE MELO, 2010, p. 24).

Para Costa (2010), os gêneros jornalísticos podem ser identificados como:

um conjunto de parâmetros textuais selecionados em função de uma situação de interação e de expectativa dos agentes do fazer jornalístico, estruturado por um ou mais propósitos comunicativos que resulta em unidades textuais autônomas, relativamente estáveis, identificáveis no todo do processo social de transmissão de informações por meio de uma mídia/suporte (COSTA, p. 47, 2010).

Costa (2007) afirma ainda que, no Brasil, os gêneros jornalísticos têm merecido estudos e pesquisas acadêmicas desde a década de 1960, a partir da trilogia *Imprensa Informativa* (1969), *Jornalismo Interpretativo* (1976) e *Jornalismo Opinativo* (1980) publicadas por Luiz Beltrão e seu seguidor, José Marques de Melo.

As reflexões que o professor Marques de Melo propõe para o campo jornalístico são, segundo Rezende (2000), referências obrigatórias, pois o autor faz um resgate crítico profundo de classificações de gêneros sustentadas por vários pesquisadores do tema. Marques de Melo (2010) afirma ter identificado cinco gêneros consagrados pela cultura jornalística brasileira – informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário, cujas variantes estilísticas passaram a ser agrupadas em formatos, incorporando a terminologia usual nos estudos midiáticos.

Para Costa (2010), nos relatos informativos há o desejo de “reproduzir” o real, isto é, a partir da observação de um acontecimento do que se aceita como a realidade empírica, sua apreensão e descrição são feitas pela instituição jornalística com base no

desejo da coletividade de “saber o que se passa” (COSTA, 2010, p. 45). O autor lembra que no jornalismo informativo, o relato terá sua estrutura dependente dos acontecimentos e a relação estabelecida entre o jornalista e os protagonistas do acontecimento. Por esses critérios, são quatro os formatos do gênero informativo: *nota*, *notícia*, *reportagem* e *entrevista*.

Quadro 1. Formatos Do Jornalismo Informativo Classificados por José Marques De Melo.

<b>Formato</b>	<b>Definição</b>
Nota	Relato de acontecimento que está em processo de configuração. Nem todos os elementos da notícia (AÇÃO – AGENTE – TEMPO – LUGAR – MODO - MOTIVO) são conhecidos. Trata-se de um “furo”: antecipação de fatos que podem gerar notícia. Nutre-se dos boletins informativos difundidos pelas fontes. É mais frequente no rádio, na televisão e na internet.
Notícia	Relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. Contém necessariamente respostas às perguntas de Quintiliano (QUE + QUEM + QUANDO + COMO + ONDE + POR QUE), transformadas em fórmula jornalística (3Q + CO + PQ). Narrado em “pirâmide invertida”, compõe-se de duas partes: cabeça ( <i>lead</i> ) e “corpo” ( <i>body</i> ). Privilegia o “clímax” (sensação) evitando a “cronologia” (nariz de cera).
Reportagem	Relato ampliado de acontecimento que produziu impacto no organismo social (desdobramentos, antecedentes ou ingredientes noticiosos). Trata-se do aprofundamento dos fatos de maior interesse público que exigem descrições do repórter sobre o “modo”, o “lugar” e “tempo”, além da captação das “versões” dos “agentes”. De autoria originalmente individual, esse formato converteu-se em trabalho de equipe.
Entrevista	Relato que privilegia a versão de um ou mais protagonistas dos acontecimentos. Não se confunde com a técnica de “apuração” dos fatos. Configura uma espécie de relato de alteridade, dando “voz” aos agentes da cena jornalística, assumindo empaticamente o papel de “intérprete” do receptor.

Fonte: COSTA, 2010, p. 55.

Como se viu acima, no jornalismo informativo a intenção é reproduzir o real. Já no gênero jornalístico opinativo, a intenção é ler o real, ou seja, a análise e a avaliação (atribuição de valor) possível desta realidade baseada no desejo da coletividade de “saber o que se pensa sobre o que se passa” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 63). Sendo assim, Marques de Melo identifica oito formatos opinativos de textos jornalísticos: *editorial*, *comentário*, *artigo*, *resenha*, *coluna*, *crônica*, *caricatura* e *carta*. Veja, abaixo, as definições dos formatos do gênero jornalístico opinativo:

Quadro 2. Formatos do Jornalismo Opinativo Classificados por José Marques De Melo

<b>Formato</b>	<b>Definição</b>
Editorial	Expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de repercussão no momento. Porta-voz da instituição jornalística. Espaço de contradições, Opinião das forças que mantêm a instituição jornalística (proprietários,

	jornalistas, acionistas, anunciantes, leitores). Sinaliza à opinião pública, pretendendo nela influir. Predominante nos jornais, perde intensidade nas revistas, figurando episodicamente no rádio e na televisão e ressurgiu na Internet.
Comentário	Oriundo do jornalismo norte-americano, no qual é cultivado por jornalistas de grande credibilidade, mais conhecidos como “ <i>opinion makers</i> ”. Explica as notícias, seu alcance, suas circunstâncias, suas consequências. Nem sempre emite uma opinião explícita. O julgamento dos fatos é percebido pelo raciocínio do comentarista, pelos rumos da sua argumentação. Sua característica inerente é a continuidade. Uma matéria que contém a apreciação de um fato articula-se necessariamente com as que a antecederam e com as que virão.
Artigo	Matéria jornalística através da qual os jornalistas e cidadãos desenvolvem ideias e apresentam opiniões. Contém julgamentos mais ou menos provisórios, porque é escrito enquanto os fatos ainda estão se configurando. Democratiza a opinião no jornalismo, possibilitando o seu acesso às lideranças emergentes na sociedade.
Resenha	Apreciação das obras de arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores e consumidores. Não tem a intenção de oferecer julgamento estético. Tem função eminentemente utilitária. Ao mesmo tempo em que sinaliza aos consumidores, dialoga com os produtores oferecendo pistas para os autores, diretores, atores. Formato que abrange toda mídia, da imprensa ao rádio e à televisão, expandindo-se também na Internet.
Coluna	Mosaico estruturado por unidades curtíssimas de informação e de opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência. Cumpre uma função que foi peculiar ao jornalismo impresso antes do rádio e da televisão: o furo. Tem como espaço privilegiado os bastidores da notícia, descobrindo fatos que estão por acontecer, pinçando opiniões que ainda não se expressaram, ou exercendo um trabalho sutil de orientação da opinião pública. Aparentemente tem caráter informativo, mas na prática é uma seção que emite juízos de valor, com sutileza ou de modo ostensivo.
Crônica	Formato genuinamente brasileiro, corresponde a um relato poético do real. Gira permanentemente em torno da atualidade, captando com argúcia e sensibilidade o dinamismo da notícia que permeia toda a produção jornalística. Conversa aparentemente fiada, em torno de questões secundárias, constitui um momento de pausa, que reflete a trégua necessária à vida social. Hegemônica na imprensa, encontra também espaço no rádio e começa a florescer na Internet.
Caricatura	Forma de ilustração que a imprensa absorve com sentido nitidamente opinativo. Sua origem semântica corresponde a ridicularizar, satirizar, criticar. Pode ser exercitada também sob a forma de texto humorístico. Os caricaturistas atuam como a consciência crítica da sociedade, revelando uma tendência nitidamente oposicionista. Predomina na imprensa, mas floresce também na televisão, expandindo-se na Internet.
Carta	Espaço facultado aos cidadãos para que expressem seus pontos de vista suas reivindicações, sua emoção. Pretende romper a barreira que existe entre leitor e editor, produtor e consumidor. Território democrático, aberto a todos os cidadãos interessados em participar de debate público, sendo vedado o anonimato.

Fonte: COSTA, 2010, p. 64-65.

Costa (2010) lembra que nos últimos trabalhos publicados de Marques de Melo, o autor considerava cinco gêneros jornalísticos brasileiros. Além dos gêneros

informativo e opinativo, aparece agora, entre outros que serão abordados ainda nesta seção, o interpretativo com os formatos: *dossiê, perfil, enquete e cronologia*.

Quadro 3. Formatos do Jornalismo Interpretativo Classificados por José Marques de Melo.

<b>Formato</b>	<b>Definição</b>
Dossiê	Mosaico destinado a facilitar a compreensão dos fatos noticiosos. Condensação de dados sob a forma de “ <i>boxes</i> ”, ilustrados com gráficos, mapas ou tabelas. Trata-se de matéria destinada a complementar as narrativas principais de uma edição para celebrar efemérides.
Perfil	Relato biográfico, sintético, identificando os “agentes” noticiosos. Focaliza os protagonistas mais frequentes da cena jornalística, incluindo figuras que adquirem notoriedade ocasional.
Enquete	Relato das narrativas ou pontos de vista de cidadãos aleatoriamente escolhidos. Tanto pode ser restrita aos “olimpianos” quanto abrangente, incluindo os “cidadãos comuns”. Destina-se a acionar os mecanismos psicológicos de “projeção” ou “identificação”.
Cronologia	Reconstituição do acontecimento de acordo com variáveis temporais (secular, anual, semanal, horária). Destina-se a reconstituir o fluxo das ocorrências, permitindo sua melhor compreensão pelo receptor. Trata-se de ilustração que complementa a cobertura de fatos extraordinários ou cuja dinâmica tem como alavanca o fator “tempo”.

Fonte: COSTA, 2010, p.68.

Outro gênero emergente no jornalismo brasileiro é o chamado utilitário que leva ao receptor a informação que ele necessita de imediato ou que pode precisar no futuro. Segundo Costa (2010), na obra de Marques de Melo (2003), o gênero utilitário não aparece, vindo a surgir em trabalho coordenado por ele e assinado por Dias *et al* (1998, p. 15), com os formatos *chamadas* (textos que auxiliam o leitor a manusear o periódico), indicador (informações úteis sobre órgãos governamentais, empresas, instituições, países ou sobre determinado assunto especializado, como mercado econômico), *roteiro* (dicas sobre shows, espetáculos, a relação de musicais selecionados, trecho de programação de uma emissora ou um texto com indicações sobre o programa de rádio, televisão ou cinema), e o *obituário* que são informações sobre óbitos registrados pelos cartórios especializados, publicados geralmente em coluna específica. Porém, nos trabalhos atuais de Marques de Melo figuram os seguintes formatos de gênero jornalístico utilitário: *indicador, cotação, roteiro e serviço*.

Quadro 4. Formatos do Jornalismo Utilitário Classificados por José Marques de Melo.

<b>Formato</b>	<b>Definição</b>
Indicador	Dados fundamentais para a tomada de decisões cotidianas (cenários econômicos, meteorologia, necrologia, etc.).
Cotação	Dados sobre a variação dos mercados: monetários, industriais, agrícolas, terciários.
Roteiro	Dados indispensáveis ao consumo de bens simbólicos.

Serviço	Informações destinadas a proteger os interesses dos usuários dos serviços públicos, bem como dos consumidores de produtos industriais ou de serviços privados.
---------	--

Fonte: COSTA, 2010, p.72.

O formato jornalismo diversional, em um primeiro momento, pode nos remeter a uma informação que diverte, mas, segundo Costa (2010), esse trabalho está relacionado ao gênero jornalístico conhecido, no Brasil, como jornalismo literário que, de acordo com Werneck (2004, p. 525), é o jornalismo que, “sem se afastar da trilha da informação, busca torná-la também saborosa, enriquecendo-a com recurso da narrativa de ficção”. Marques de Melo não concorda com o termo jornalismo literário, por remeter ao conceito de “um jornalismo sobre literatura”.

Na prática, o que ocorre é a sua distinção como “matéria fria” (de atualidade permanente), permitindo-se ao jornalista que a escreve recorrer ao arsenal narrativo peculiar da ficção. Mas nada a diferencia da reportagem. O relato jornalístico é fundamentalmente o mesmo. Trata-se de um fato que foi notícia (matéria quente) e que o jornalista retoma na sua dimensão humana para suscitar o interesse e a atenção do público (MARQUES DE MELO, 2003, p. 61).

A classificação taxonômica de Melo identifica o gênero diversional como possuidor de dois formatos: *história de interesse humano e história colorida*.

Quadro 5. Formatos do Jornalismo Diversional Classificados por José Marques de Melo.

Formato	Definição
História de interesse Humano	Narrativa que privilegia facetas particulares dos “agentes” noticiosos. Recorrendo a artifícios literários, emergem dimensões inusitadas de protagonistas anônimos ou traços que humanizam os “olimpianos”. Apesar da apropriação de recursos ficcionais, os relatos devem primar pela “verossimilhança” sob o risco de perder a “credibilidade”. Destina-se a preencher os espaços ociosos dos aficionados por relatos jornalísticos.
História colorida	Relatos de natureza pictórica, privilegiando tons e matizes na reconstituição dos cenários noticiosos. Trata-se de uma leitura impressionista, que penetra no âmago dos acontecimentos, identificando detalhes enriquecedores, capazes de iluminar a ação de agentes principais e secundários. Não obstante a presença do repórter no cenário, ele se comporta como um “observador distante”, enxergando detalhes não perceptíveis a olho nu.

Fonte: COSTA, 2010, p. 75.

Os gêneros televisivos começaram a ser pesquisados a partir dos anos 1970. Rezende (2010) lembra que Horace Newcomb e Raymond Williams foram os pioneiros nos estudos da classificação dos gêneros televisivos, dedicaram-se a examinar a programação enquanto “faixas de emissões” ou “fluxo televisivo” e não como

programas distintos. Para o estudo de gêneros telejornalísticos, Rezende adota a classificação: de categoria, passa pela de gêneros até chegar à instância mais particular dos formatos. “Aronchi de Souza (2004) identifica na programação da televisão, três categorias: informação ou telejornalismo, educação e entretenimento.” (REZENDE, 2010, p. 291).

Nesta pesquisa, utilizou-se, para mensurar as matérias jornalísticas em análise, a categoria telejornalismo que abrange as seguintes subcategorias: *entrevista, reportagem, programa de debate, documentário, plantão, emissões de jornalismo especializado, espetáculos midiáticos e telejornal* que, conforme Rezende, é a subcategoria por excelência da categoria telejornalismo. Ele propõe uma classificação que compreende apenas dois gêneros jornalísticos: *jornalismo informativo e jornalismo opinativo*. Essas considerações teóricas sobre gêneros e formatos da subcategoria telejornal passam pelas revisões que José Marques de Melo propôs para o campo do jornalismo impresso.

Ao gênero jornalismo informativo pertencem cinco formatos: nota, notícia, entrevista, reportagem e indicador. Ao gênero opinativo pertencem quatro formatos: *editorial, comentário, crônica* e formatos poucos frequentes: *coluna, charge e participação do telespectador*. Com base nesses formatos é que foram identificados os quadros das análises das matérias jornalísticas dos textos dos apresentadores do MS TV 1ª edição da TV Morena de Campo Grande.

## 6. ANÁLISE DO MS TV, 1ª EDIÇÃO

Para entender essa transição dos textos jornalísticos da TV Morena, apontada pelo gerente de jornalismo da emissora, analisaram-se os efeitos de aproximação e distanciamento nos textos dos apresentadores do MS TV 1ª edição. Com a análise, foi possível verificar se há ou não aproximação do jornalista com o público. O estudo foi feito com embasamento teórico na perspectiva da semiótica greimasiana, no que concerne aos aspectos das projeções da instância da enunciação no enunciado e das relações entre enunciador e enunciatário.

Para a análise dos textos dos apresentadores do MS TV 1ª edição, foram gravadas cinco edições do noticiário, de 21 de novembro de 2011, segunda-feira, a 25 de novembro de 2011, sexta-feira, um total de 66 “cabeças”<sup>54</sup> de matérias. Acredita-se que uma semana de telejornal é suficiente para mostrar como os apresentadores transmitem a notícia ao telespectador, com o cuidado de evitar que esses dias de análise caíssem em um período em que o conteúdo do telejornal estivesse afetado por fortes factuais, para não correr o risco de predominância de um determinado assunto que pudesse interferir no modo de produção telejornalística.

Desses cinco dias de telejornal, foi feita uma análise aprofundada com a sintaxe discursiva da edição de 21 de novembro de 2011. O trabalho observou ainda a variação do uso de algumas palavras como “nós” e “a gente” e identificou as circunstâncias linguísticas que tendem a favorecer ou desfavorecer o uso de uma e da outra variante, com o efeito de sentido que cada uma delas produz. Apesar de aprofundar a análise no dia 21, consideramos as outras edições para observação do objeto e confirmar os resultados.

Quadro 6. Quadro 1 – Dia da Televisão.

NOTA
<b>1.MAUREEN MATTIELLO:</b> BOA TARDE PRA VOCÊ.
<b>2.MARCOS ANELO:</b> BOA TARDE. HOJE É UM DIA ESPECIAL, UM DIA, MAUREEN, EM QUE SE COMEMORA, NO MUNDO TODO, O SURGIMENTO DE UM APARELHO QUE SEM ELE VOCÊ NÃO ESTARIA VENDENDO A GENTE.
<b>3.MAUREEN MATTIELLO:</b> É O DIA MUNDIAL DA TELEVISÃO. A PRIMEIRA TRANSMISSÃO DE TV FOI EM 1926 EM LONDRES NA INGLATERRA. NO BRASIL A PRIMEIRA TRANSMISSÃO ACONTECEU EM 1950.
<b>4.MARCOS ANELO:</b> NOSSA... E A TELEVISÃO EM CORES SURTIU EM 1954 NOS ESTADOS

<sup>54</sup> **Cabeça da matéria ou cabeça do VT:** é o lide da matéria. Quem lê é sempre o apresentador que introduz o assunto da matéria feita pelo repórter.

UNIDOS, MAS AS CORES SÓ CHEGARAM AO BRASIL EM 1962.

**5.MAUREEN MATTIELLO:** POIS É, HOJE É DIFÍCIL QUEM NÃO TEM UMA TELEVISÃO, NÉ?

**6.MARCOS ANELO:** A MAIORIA TEM!

**7.MAUREEN MATTIELLO:** NO ESTADO, SÃO SETECENTOS E VINTE E SEIS MIL E NOVECENTAS CASAS COM FAMÍLIAS QUE ASSISTEM TELEVISÃO. ESTIMA-SE QUE HOJE DOIS MILHÕES, TREZENTOS E OITENTA E TRÊS MIL PESSOAS ASSISTEM TV EM MATO GROSSO DO SUL.

**8.MARCOS ANELO:** COM ELA VOCÊ SE DIVERTE, CHORA COM NOVELAS, OUVE MÚSICAS E TAMBÉM FICA MUITO BEM INFORMADO COMO AGORA, POR EXEMPLO. NOSSA EQUIPE ESTÁ NA REGIÃO SUL DO ESTADO, ONDE UM ÍNDIO TERIA SIDO ASSASSINADO DURANTE UMA DISPUTA POR TERRAS. AS INFORMAÇÕES COM O REPÓRTER OSVALDO NÓBREGA.

No quadro 6, observa-se que os apresentadores deixam o eu projetado no interior dos enunciados. No primeiro enunciado, Maureen Mattiello fala direto com o tu (telespectador), como se estivesse ao lado dele (“Boa tarde pra você”). No segundo enunciado, Marcos Anelo também fala direto para o telespectador (“Boa tarde”) e se dirige, em seguida, a Maureen Mattiello, com um tom de conversa, ao dizer: “Hoje é um dia especial, um dia, Maureen, em que se comemora, no mundo todo, o surgimento de um aparelho (...)”. Na sequência, o apresentador ainda fala diretamente com o telespectador: “(...) um aparelho que, sem ele, você não estaria vendo a gente”. Nesse enunciado, Marcos Anelo utilizou o ele (“aparelho”), o sujeito da enunciação (“a gente”) e o *tu* (“você” = telespectador). Do terceiro ao sétimo enunciados, os apresentadores apenas comunicam os fatos (o surgimento da televisão e o número de pessoas que têm TV em casa) e se distanciam da enunciação que, dessa forma, é neutralizada, pois apenas informam o saber das fontes. Durante a comunicação dos fatos, também há o *eu* projetado no interior do enunciado quando, por exemplo, Marcos Anelo diz; “Nossa (...)” como resposta para a informação sobre as primeiras transmissões no Brasil e no exterior. No último enunciado do quadro 6, o apresentador ainda volta a falar diretamente com o *tu* (“você se diverte” = telespectador) e ainda deixa projetado o *tempo* (“como agora, por exemplo”). Conclui-se que nesse quadro, operaram-se as debreagens enunciativa, que cria o efeito de aproximação, e enunciva, que cria o efeito de afastamento.

Quadro 7. Você e Trânsito.

#### REPORTAGEM

**1.MAUREEN MATTIELLO:** CONTINUAM INTERNADOS OS TRÊS JOVENS QUE FORAM VÍTIMAS DE UM ACIDENTE NO ÚLTIMO SÁBADO, QUANDO O CARRO EM QUE ELES ESTAVAM CAPOTOU NA SAÍDA DE CAMPO GRANDE PARA TRÊS LAGOAS.

**2.MARCOS ANELO:** DE ACORDO COM A ASSESSORIA DA SANTA CASA, NENHUM DOS

TRÊS CORRE RISCO DE MORTE. O OUTRO JOVEM QUE MORREU NO ACIDENTE DEVE SER ENTERRADO AGORA À TARDE, EM CAMPO GRANDE.

Identificou-se no MS TV, 1ª edição, alguns quadros que demonstram indícios de aproximação, como o “Você e o trânsito”, em que os apresentadores alertam os telespectadores sobre as condições do trânsito da cidade, inclusive com informações sobre acidentes. No quadro 7, por exemplo, Maureen Mattiello e Marcos Anelo lembram o telespectador sobre o estado de saúde de três vítimas de um acidente de trânsito. É um avanço da notícia que foi ao ar no dia do acidente. Nesses dois enunciados, observou-se o recurso a terceira pessoa, no tempo do *então* e no espaço de *lá*, para a criação da ilusão de objetividade, o que remete ao distanciamento da enunciação. No segundo enunciado, utiliza-se o discurso indireto, quando se ouve a palavra de outro pela voz do narrador, nesse caso, com a variante analisadora de conteúdo. Marcos Anelo apresenta apenas o que foi dito pela assessoria de imprensa da Santa Casa, sem peculiaridade de expressão. Como os apresentadores apenas comunicaram o fato, o efeito dos enunciados do quadro 7 foi de afastamento.

Quadro 8. Interdição Avenida.

NOTÍCIA
<b>1.MAUREEN MATTIELLO:</b> E AGORA UMA ORIENTAÇÃO PARA OS MOTORISTAS. O MS TV CONTINUA FALANDO DAS OBRAS DE INTERDIÇÃO DA AVENIDA AFONSO PENA, EM CAMPO GRANDE. ATÉ MESMO PARA EVITAR ACIDENTES.
<b>2.MARCOS ANELO:</b> POIS É, A GENTE FEZ UMA ARTE AÍ PRA VOCÊ ENTENDER BEM QUAL CAMINHO ALTERNATIVO PEGAR.
<b>RODA IMAGEM</b>
HOJE O TRECHO INTERDITADO FICA ENTRE AS RUAS RIO GRANDE DO SUL E PARAÍBA, NO SENTIDO CENTRO-PARQUE DOS PODERES.
<b>3.MAUREEN MATTIELLO:</b> AS ROTAS ALTERNATIVAS SÃO ESTAS QUE ESTÃO EM VERDE: A RUA SETE DE SETEMBRO E AVENIDA FERNANDO CORRÊA DA COSTA, SEGUINDO PELA AVENIDA RICARDO BRANDÃO.

No quadro 8, Maureen Mattiello, começa o primeiro enunciado falando diretamente com o *tu*, no caso, um tipo específico de telespectador, o motorista (“...uma orientação para os motoristas”). A apresentadora ainda utiliza o *tempo* (“e agora...”) e o *espaço* (“o MS TV” = aqui). No segundo e terceiro enunciados, os apresentadores continuam projetando o *eu* e o *tu*. Como há *pessoa* (eu), *tempo* (agora) e *espaço* (aqui), operou-se, em todo quadro 8, a debreagem enunciativa, cujo efeito produzido é o de aproximação.

Quadro 9. Cirurgia Plástica.

<b>REPORTAGEM</b>
<b>1.MARCOS ANELO:</b> VAMOS FALAR AGORA SOBRE A DENÚNCIA DO TURISMO MÉDICO MOSTRADA PELO FANTÁSTICO NESTE DOMINGO.
<b>RODA IMAGEM</b>
<b>2.MAUREEN MATTIELLO:</b> ATRAÍDAS PELO BAIXO PREÇO DAS OPERAÇÕES PLÁSTICAS EM PAÍSES VIZINHOS, MUITAS BRASILEIRAS SE ARRISCAM EM CIRURGIAS MAL FEITAS E ACABAM ATÉ MORRENDO SEM ATENDIMENTO. A REPORTAGEM FOI UMA PRODUÇÃO DA REDE GLOBO EM PARCERIA COM A TV MORENA.
<b>VOLTA ESTÚDIO</b>
<b>3.MARCOS ANELO:</b> AGORA O MS TV MOSTRA MAIS UMA HISTÓRIA DE UMA MULHER QUE QUASE PERDEU A VIDA DEPOIS DE FAZER UMA CIRURGIA NO PARAGUAI. É A PROFESSORA MIRIAM, DE CAMPO GRANDE.

Na chamada da reportagem “Cirurgia plástica”, Marcos Anelo deixa a sua marca no discurso, pois quando diz: “Vamos falar agora...”, coloca o sujeito da enunciação (nós) e ainda projeta o *tempo* (agora) no interior do enunciado. No segundo enunciado, Maureen Mattiello estabelece um *eu* que crê (as brasileiras se arriscaram em cirurgias mal feitas pelo baixo preço), mas se ausenta do *eu* no interior do discurso, o que cria o efeito de afastamento. No último enunciado, Marcos Anelo volta a colocar o sujeito da enunciação no discurso (“Agora o MS TV mostra...”). Nesse quadro, operaram-se as debreagens enunciativa e enunciva.

Quadro 10. Cirurgia Plástica.

<b>ENTREVISTA</b>
<b>1.MAUREEN MATTIELLO:</b> E AQUI NO ESTÚDIO A GENTE CONVERSA COM A LUANA LOUREIRO, QUE É AMIGA DA ROBERTA. CONTA PRA GENTE COMO FOI ESSA HISTÓRIA, LUANA.
<b>SEGUE ENTREVISTA</b>
<b>2.MAUREEN MATTIELLO:</b> BOM, A GENTE TAMBÉM ESTÁ COM A MÃE DA ROBERTA AQUI NO ESTÚDIO, ANELO.
<b>3.MARCOS ANELO:</b> POIS É, MAUREEN, TÔ COM A DONA DANIELA CONCEIÇÃO, A MÃE DA ROBERTA.
<b>SEGUE ENTREVISTA</b>
VAMOS FALAR UM POUQUINHO MAIS COM A MAUREEN QUE ESTÁ COM A AMIGA DA ROBERTA, QUE CRESCEU COM ELA. MAUREEN.
<b>SEGUE ENTREVISTA</b>

O MS TV, 1ª edição, também leva para o estúdio entrevistados de diversas áreas. No quadro 10, por exemplo, o tema “cirurgia plástica” continuou com a amiga e a mãe de uma das vítimas de cirurgias mal feitas. Com a preocupação de inserir o telespectador no *tempo* e no *espaço* do discurso, com o efeito de sentido de

presentificação, a apresentadora Maureen Mattiello ficou na bancada ao lado de uma das entrevistadas, enquanto Marcos Anelo ocupava a sala do estúdio com a segunda entrevistada. Maureen Mattiello começou a entrevista falando diretamente com o *tu* (telespectador) e projetou, também, o *tempo* e o *espaço* no interior do discurso (“aqui no estúdio a gente conversa...”). Para criar ainda mais o efeito de proximidade com o público, a apresentadora chamou o apresentador que continuou a entrevista com a presença do sujeito da enunciação em várias sequências dos enunciados acima. Como no quadro 5 os narradores deram a palavra para as pessoas da enunciação, estabeleceu-se também a debreagem interna, responsável pela produção de diálogos. O efeito ao enunciatário, causado pela debreagem interna, nesse caso, é de ouvir o outro, ou seja, suas verdadeiras palavras. Nesse quadro criou-se o efeito de proximidade com o telespectador.

Quadro 11. Cirurgia Plástica Repercuta.

<b>REPORTAGEM</b>
<b>MAUREEN MATTIELLO:</b> A GENTE VAI ASSISTIR AGORA O QUE O CIRURGIÃO PLÁSTICO CÉSAR ANÍBAL BENAVIDES, QUE PRESIDE A REGIONAL DE MATO GROSSO DO SUL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA, FALOU SOBRE O ASSUNTO HOJE DE MANHÃ, NO BOM DIA MS.

Nesse enunciado estão projetados *pessoa* (“a gente”), *tempo* (“assistir agora”) e *espaço* (“hoje de manhã no Bom Dia MS”) e, portanto, operou-se uma debreagem enunciativa, cujo efeito produzido é o de aproximação.

Quadro 12. Inscrição Instituto Mirim.

<b>ENTREVISTA</b>
<b>MARCOS ANELO:</b> TERMINA HOJE O PRAZO DA PRÉ-INSCRIÇÃO PARA O INSTITUTO MIRIM DE CAMPO GRANDE. SÃO OFERECIDAS 1400 VAGAS. PRISCILA SAMPAIO, COMO É FEITA A PRÉ-INSCRIÇÃO?

No quadro 12, Marcos Anelo apenas informa um fato, com o efeito de verdade objetiva e aparência de afastamento.

Quadro 13. Esporte.

<b>ENTREVISTA</b>
<b>1.MARCOS ANELO:</b> E DEPOIS DO MS TV TEM GLOBO ESPORTE COM CAMILA DIB. BELEZA, CAMILA?
<b>2.MAUREEN MATTIELLO:</b> OI, CAMILA, OBRIGADA POR ESTAR AQUI COM A GENTE. O ESTADUAL SUB-13 ESTÁ PEGANDO FOGO.
<b>SEGUE ENTREVISTA</b>

Outro quadro do MS TV 1ª edição é o “Esporte”. O efeito de aproximação com o público é maior nesse momento do telejornal, pois os apresentadores usam uma linguagem mais coloquial, utilizada no cotidiano, no sentido de mais fluidez na comunicação. Nessa linguagem informal, usam-se mais gírias como, por exemplo, a utilizada pelo Marcos Anelo no primeiro enunciado: “Beleza, Camila?”. No segundo enunciado, Maureen Mattiello projetou o *eu-aqui-agora* e, assim como Marcos Anelo, deu a palavra à pessoa do enunciado. Nos dois enunciados há uma debreagem interna e, também, a debreagem enunciativa, com o efeito de aproximação.

Quadro 14. Chamada Jornal Hoje.

<b>NOTÍCIA</b>
<b>MAUREEN MATTIELLO:</b> E AGORA O EVARISTO COSTA CONTA PRA GENTE QUAIS SÃO OS DESTAQUES DO JORNAL HOJE.

Nesse quadro, Maureen Mattiello chama as notícias do “Jornal Hoje” projetando o *eu-aqui-agora*, com o efeito de aproximação.

Quadro 15. Censo IBGE.

<b>REPORTAGEM</b>
<b>1.MARCOS ANELO:</b> ESSA SEMANA O IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - DIVULGOU UMA PESQUISA QUE REVELA A QUANTIDADE DE BRASILEIROS QUE VIVEM SOZINHOS. E OLHA, NÃO SÃO POUCOS!
<b>2.MAUREEN MATTIELLO:</b> MAS MORAR SEM DIVIDIR A CASA COM NINGUÉM TEM SUAS VANTAGENS E DESVANTAGENS, ANELO. UMA DAS COISAS RUINS É QUANDO A PESSOA VAI AO SUPERMERCADO FAZER COMPRA E NÃO ENCONTRA NADA EM PEQUENAS PORÇÕES.

No primeiro enunciado do quadro 15, Marcos Anelo produz o discurso em terceira pessoa, no tempo do *então* e no espaço do *lá*, com a criação da ilusão de objetividade ao comunicar apenas a informação, segundo o IBGE, mas finaliza o enunciado chamando a atenção do *tu* (“olha”) ao dar sua opinião (“não são poucos”). Maureen Mattiello segue a chamada da reportagem “Censo IBGE”, em tom de conversa com Marcos Anelo e estabelece um *eu* que crê com a opinião dela sobre as vantagens e desvantagens de morar sozinho. Nesse segundo enunciado, os elementos da enunciação não apareceram, mas ela existe, já que o *eu* ficou pressuposto. Operaram-se, nesses dois enunciados, as debreagens enunciativa e enunciva.

Quadro 16. Previsão do Tempo.

<b>INDICADOR</b>
<b>MARCOS ANELO:</b> AGORA TEMOS IMAGENS AO VIVO DO CENTRO DE CAMPO GRANDE. MUITO SOL NESTA SEGUNDA-FEIRA. PODE CHOVER NO FIM DO DIA. MÁXIMA DE TRINTA E TRÊS GRAUS NA CAPITAL. AGORA MEIO DIA E TRINTE E SEIS MINUTOS.

Para mostrar o clima de Campo Grande, o apresentador projeta o *eu-aqui-agora*, com o efeito de aproximação.

Quadro 17. Show de Verão.

<b>REPORTAGEM</b>
<b>1.MARCOS ANELO:</b> ESTE FIM DE SEMANA TEVE SHOW COM A DUPLA VICTOR E LEO, NA PRAÇA DO PAPA, EM CAMPO GRANDE. O SHOW DE VERÃO QUE VAI SER EXIBIDO NA VIRADA DO ANO PARA TODO O ESTADO. E OLHA, QUE SHOWZAÇO, NO MEIO DE 50 MIL PESSOAS, SABE QUEM ESTAVA LÁ? A MAUREEN!
<b>2.MAUREEN MATTIELLO:</b> EU ESTAVA LÁ, ANELO. SABE POR QUÊ? EU FUI ATÉ O SHOW DE VERÃO PRA REALIZAR O SONHO DE UM FÃ. CONFIRA.

No quadro 17, Marcos Anelo, mais uma vez, usa a linguagem coloquial e utiliza gíria como “showzaço”. Ele mantém um tom de conversa com Maureen Mattiello que projeta o *eu* no interior do enunciado (“Eu estava lá”) e ainda chama a atenção do telespectador ao pedir para ele conferir a reportagem. Nesse quadro criou-se o efeito de aproximação.

Quadro 18. Encerramento.

<b>NOTA</b>
<b>1.MARCOS ANELO:</b> UMA BOA TARDE PRA VOCÊ E ATÉ AMANHÃ.
<b>2.MAUREEN MATTIELLO:</b> UMA ÓTIMA TARDE. TCHAU!

No encerramento da edição do dia 21 de novembro de 2011, os apresentadores deixam o *eu* projetado no interior dos enunciados. Eles se despedem diretamente do *tu* – telespectador, com o efeito de aproximação.

### **6.1. O uso de “nós” e “a gente”**

O papel do apresentador é narrar a notícia, mas, muitas vezes, o modelo tradicional, aquele em que o âncora era o “porta-voz” do enunciado, parece ter tomado outro caminho. O que se vê é uma posição actancial de um “eu” que passa a dizer “eu”, sendo “dono da voz” da notícia, ele se apropria do discurso como sendo seu. Nesse

modelo de telejornal com abertura para opiniões dos próprios enunciadores, eles produzem um discurso mais pessoal.

A estratégia adotada por esse tipo de telejornal é baseada numa inequívoca personalização dos seus apresentadores, construída a partir do imbricamento, da superposição ou de uma deliberada (con) fusão entre os actantes do enunciado e da enunciação. Trata-se aqui, em outros termos, de uma espécie de indistinção entre os atores instalados nas instâncias do enunciado e da enunciação (FECHINE, 2008).

O apresentador que figurativiza o “eu” pressuposto e deixa um “eu” projetado no interior do enunciado foi identificado no MS TV, 1ª edição. Tanto Maureen Mattiello quanto Marcos Anelos dirigiram-se, em vários momentos, ao telespectador, utilizando pronomes pessoais como “a gente vai mostrar...”, “conta pra gente...”. Só na edição do dia 21/11/11, “a gente” apareceu sete vezes em 13 quadros. Nas cinco edições observadas, essa variante foi enunciada 27 vezes. O emprego da 3ª pessoa “a gente” no lugar da 1ª do singular ou do plural chamou a atenção durante a pesquisa e faz-se, agora, uma análise de algumas frases utilizadas pelos apresentadores do MS TV, 1ª edição.

Antes de começar a análise de alguns trechos do corpus com o uso de “a gente” e “nós”, cita-se Benveniste (1989) quanto à noção de pluralização do pronome “nós” que exprime uma pessoa ampliada, podendo ser constituída por *eu + tu + ele(s)*, o que o autor chamou de *eu ampliado*.

Com base em Benveniste, Monteiro (1994) faz a distinção entre o “nós inclusivo” e o “nós exclusivo”. O primeiro inclui, no pronome “nós”, as duas pessoas do discurso e pode ainda ser acrescentada(s) a(s) não – pessoa(s): nós = eu + tu/ você ou eu + tu/ você + ele(s). No segundo, a pessoa excluída é tu/ você: nós = eu + alguém que não é o enunciatário. Acrescenta, ainda, o aspecto genérico: nós = nem eu, nem tu, mas qualquer pessoa e faz menção ao plural de modéstia que faz referência a apenas uma pessoa: nós = eu/ emissor.

Entre as várias ocorrências do uso de “a gente” encontradas no corpus, selecionaram-se alguns casos, como o do quadro 6, “Dia da Televisão”, da edição do dia 21/11/2011. Marcos Anelo é o primeiro a utilizar “a gente” no enunciado:

**MARCOS ANELO:** BOA TARDE. HOJE É UM DIA ESPECIAL, UM DIA, MAUREEN, EM QUE SE COMEMORA, NO MUNDO TODO, O SURGIMENTO DE UM APARELHO QUE SEM ELE VOCÊ NÃO ESTARIA VENDENDO A *GENTE*.

Neste caso, o emprego da 3ª pessoa “a gente” no lugar da 1ª do singular ou do plural reflete o efeito de acentuação da informalidade e de atenuação da subjetividade. O uso de “a gente” em detrimento da primeira pessoa do plural e a primeira do singular nos remete à ideia de um “nós” (Marcos Anelo e Maureen Mattiello) e um “eu” (Marcos Anelo) com a produção de sentido de informalidade, pois representa um uso popular e, dessa forma, gera certa identificação com o enunciatário, conforme afirma Barros (2002):

O emprego da 3ª pessoa a gente no lugar da 1ª do singular ou do plural, como ocorre em geral com o uso da 3ª pessoa em lugar da 1ª, enfraquece ou atenua sobretudo os efeitos de aproximação da enunciação, de subjetividade, de reciprocidade, e de igualdade entre os interlocutores, próprios da enunciação enunciada (BARROS, 2002, p. 30-31).

“A gente”, no exemplo retirado do quadro 1, tem valor exclusivo, portanto, nesse grupo estão apresentadores ou apenas quem está na tela da TV. Neste caso, o telespectador está excluído.

Ainda na edição do dia 21/11/11, no quadro 9, “Cirurgia Plástica Repercuta”, Maureen Mattiello também utiliza a mesma variante para chamar a entrevista de um cirurgião plástico que repercuta a morte de uma mulher durante uma cirurgia.

**MAUREEN MATTIELLO:** A *GENTE* VAI ASSISTIR AGORA O QUE O CIRURGIÃO PLÁSTICO CÉSAR ANÍBAL BENAVIDES, QUE PRESIDE A REGIONAL DE MATO GROSSO DO SUL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA, FALOU SOBRE O ASSUNTO HOJE DE MANHÃ, NO BOM DIA MS.

Neste caso, “a gente” também produz efeito de informalidade dos usos mais populares em relação ao “nós”, mais formal, por exemplo. Desta vez, essa variante nos remete a ideia de “nós” que vai além de quem enuncia (Maureen Mattiello) e acompanha, ao vivo, o enunciador (Marcos Anelo). A apresentadora nos remete a ideia também de que o convite para assistir a entrevista é, indiretamente, para o telespectador. A troca de “nós” por “a gente” é, mais uma vez, uma tentativa de a apresentadora se aproximar do enunciatário, com a construção de uma relação informal entre ambos.

O “a gente” da frase: “a gente vai assistir agora (...)” tem valor inclusivo e nesse grupo estão apresentadora, apresentador e telespectador, ou seja, estão inclusas as duas pessoas do discurso, mais o enunciatário. Neste enunciado interessa mostrar para o

telespectador que ele e os âncoras são do mesmo grupo, daquele que está prestando atenção no telejornal e que vai parar, naquele momento, para assistir a reportagem anunciada.

No MS TV, 1ª edição do dia 22/11/11, nos enunciados do quadro 20, “Link Projeto”, o apresentador, Marcos Anelo, utiliza-se de “a gente”, por duas vezes, e de “nós”, no fim da fala.

**MARCOS ANELO:** É, COM CERTEZA, A *GENTE* VAI ESTAR ACOMPANHANDO. CABRAL, QUALQUER NOVIDADE, CHAMA A *GENTE*, VOCÊ TEM PRIORIDADE AÍ, PORQUE DURANTE ESTA EDIÇÃO *NÓS* VAMOS DISCUTIR MAIS ESTE ASSUNTO, NÃO É MAUREEN?

Para explicar esse enunciado, cita-se o estudo de Fiorin (2001). No capítulo, “A pessoa subvertida”, o autor explica o uso da terceira pessoa no lugar da primeira e afirma que esse uso neutraliza o sujeito. Ele mostra que as formas de terceira pessoa mais utilizadas para substituir o “eu” são “ele”, “ela” e, muitas vezes, se utiliza o nome próprio em vez do “eu”. No caso deste estudo, foca-se em um apontamento do pesquisador: a substituição do “nós” por formas indeterminadas como, principalmente, o “se” ou “a gente”. Segundo o autor, quando se usa esse tipo de embreagem é como se o enunciador se esvaziasse de toda e qualquer subjetividade, apresentando-se apenas como papel social.

Nessa fala de Marcos Anelo, o uso de “a gente” é numeroso para apenas um enunciado. Na primeira vez que utiliza “a gente”, com o valor exclusivo, na qual o enunciatário não está incluído: a gente = *eu + outro (s)*, porém *tu*, não, o apresentador exclui o telespectador desse diálogo com Alexandre Cabral.

Ainda sobre o enunciado do MS TV, 1ª edição do dia 22/11/11, Marcos Anelo, após utilizar “a gente” por duas vezes, termina o enunciado com o uso de “nós” para explicar que o assunto em questão ainda seria discutido durante o telejornal daquele dia. Nesse caso, chama-se de plural de autor, quando o enunciador utiliza o “nós” para mostrar que não é um indivíduo que fala em seu próprio nome, Marcos Anelo tem atrás de si os autores da notícia, ou seja, os jornalistas que produziram o noticiário do dia 22/11/11, além da apresentadora que divide a bancada com ele.

Nas cinco edições analisadas, também se observou o uso de “nós”, um total de 36 ocorrências. Trata-se de um “nós” utilizado no lugar de um “eu”, um plural majestático, de modéstia que, nos enunciados analisados do MS TV, 1ª edição, afasta a

ideia de uma subjetividade que poderia soar como arrogância, em alguns casos. Fiorin (2001) explica que o “eu” dilui-se no anonimato de “nós” ou é amplificado.

O que distingue um uso do outro é o tipo de texto em que o nós se encontra. Quando aparece em alocuções solenes, que emanam de altíssimas autoridades civis (chefes de governo e de Estado) e eclesiásticas (papa e bispos) ou em documentos oficiais, esse plural é majestático. (...) o nós evita colocar a alta autoridade como uma subjetividade entre as outras e, ao mesmo tempo, opô-la ao tu, o que criaria uma esfera de reciprocidade (FIORIN, 2001, p. 96).

Para o autor, esse procedimento serve para distanciar o falante em relação ao enunciado, apontando para uma coletividade, um trabalho de equipe e lembra que “o nós” inclui o enunciatário no enunciador e, portanto, aquele é obrigado por este a assumir o texto com ele”.

Na edição do dia 23/11/11, nos enunciados do quadro 33, “Entrevista Prefeito”, Marcos Anelo e Maureen Mattiello utilizam o “nós” para chamar a atenção do telespectador em relação ao que foi citado na reportagem e para informar o enunciatário que o prefeito de Campo Grande vai falar sobre a lei em questão.

**1.MARCOS ANELO:** MAUREEN, *NÓS* VIMOS NA REPORTAGEM QUE A LEI FOI VOTADA, FOI APROVADA PELA CÂMARA MUNICIPAL, MAS COMO QUALQUER LEI, ELA DEVE SER SANCIONADA PELO PREFEITO PARA ENTRAR EM VIGOR. SANCIONAR É O QUÊ? É ASSINAR EMBAIXO!

**2.MAUREEN MATTIELLO:** É...PRA SER SANCIONADA, REGULAMENTADA PRA COMEÇAR A VALER MESMO! *VAMOS* OUVIR, ENTÃO, O QUE O PREFEITO DE CAMPO GRANDE, NELSON TRAD FILHO, DISSE SOBRE ESTA LEI.

No enunciado 1, Marcos Anelo utiliza o “nós” para falar em seu próprio nome, com um “eu” pressuposto e ainda por trás dele, a apresentadora que divide a bancada e o telespectador que assistiu a reportagem. É um plural majestático, de modéstia, para se aproximar do enunciatário que, com essa variante, “nós”, foi incluído no diálogo que Marcos Anelo mantinha com a apresentadora. Essa frase teria outro sentido, caso enunciasse: “*Eu vi* na reportagem que a lei foi votada, foi aprovada pela Câmara Municipal”.

No segundo enunciado do quadro 33, “Entrevista Prefeito”, Maureen Mattiello também utiliza o “nós (vamos)” para se aproximar do enunciatário e incluí-lo no diálogo. Neste caso, assim como no quadro 1, esse pronome tem valor inclusivo em que, tanto Marcos Anelo quanto Maureen Mattiello formam as duas pessoas do discurso, mais o “tu”, telespectador.

Após as análises de alguns trechos dos textos de cabeças do MS TV, 1ª edição, conclui-se que há uma preocupação dos apresentadores e, também, dos outros jornalistas que produzem o telejornal, em se aproximar do público, independentemente se o uso de uma ou outra palavra empobrece ou enriquece o enunciado. Percebe-se que o uso de “a gente” no lugar de “nós” produz os efeitos de acentuação da informalidade da relação (jornalistas + telespectador) e da atenuação da subjetividade e da aproximação da enunciação, variando o grau de reciprocidade e de igualdade entre os interlocutores. Constrói-se, muitas vezes, nos textos analisados, uma relação informal, deixando de lado a subjetividade, entre os sujeitos da notícia (quem faz e quem vê) que ocupam posições e cumprem papéis diferentes.

Também é importante ressaltar que, em alguns momentos, o pronome “nós” é substituído por “a gente”, de uso comum na linguagem informal e na “conversação” entre apresentadores que, em geral, tentam transmitir a imagem de que partilham de relações simétricas e amigáveis. Para ficarem ainda mais próximos de quem assiste ao telejornal, há uma preocupação por parte dos enunciadores em incluir o enunciatário nos enunciados. Em muitos trechos dos textos dos âncoras, está presente o valor inclusivo, ou seja, quando apresentadora, apresentador e telespectador estão incluídos no enunciados, com o objetivo de passar a ideia de que enunciadores e enunciatário são do mesmo grupo.

Essa seleção do uso de “nós” e “a gente” e, ainda, do nós inclusivo e exclusivo, pode ser vista como uma estratégia de aproximação que vincula apresentadores e telespectadores, por meio de relações amigáveis e de práticas sociais compartilhadas. Esse tipo de relação ou de tentativa de aproximação com quem vê a notícia atende às expectativas do mercado, pois, conforme já foi citado na pesquisa, as emissoras de TV buscam a conquista da atenção do público e, assim, aumentar a audiência de seus telejornais.

## **6.2. Análise do perfil dos apresentadores do MS TV, 1ª edição.**

Para deixar a notícia mais próxima do telespectador, a alternativa de aproximação vai além do texto e, muitas vezes, começa no perfil de quem apresenta o telejornal. A pesquisadora Silva (2009)<sup>55</sup>, classificou os âncoras em três tipos distintos:

---

<sup>55</sup> Disponível em: <<http://www.insite.pro.br/2009.html>>. Acesso em: 07 de dezembro 2013.

### 1 – FORMAL, AMARRADO AO SCRIPT:

Esse tipo de apresentador é aquele que se preocupa em ler a notícia, por meio do teleprompter, sem se envolver com o fato. Ele não se coloca em uma posição actancial de um *eu* que passa a dizer *eu*, sendo “dono da voz” da notícia. Esse é o perfil do âncora que também tem pouco espaço para dar opiniões e, quando, comenta algo, é definido antes.

A estrutura desse telejornal apresentado pelo enunciador formal e amarrado ao script, é bem simples e com pouca informação visual. Normalmente a bancada é clássica, ou seja, atrás, apenas um painel. O apresentador permanece sentado durante todo o tempo. Quando há dois âncoras, muitas vezes existe uma variação de estilo e, quando a linha editorial do programa permite, gesticulam mais e interagem entre si. Essa variação seria uma forma de deixar a apresentação mais leve e neutralizar um pouco a formalidade;

### 2 – LIBERDADE DE OPINIÃO:

O segundo perfil é o do profissional que tem maior liberdade de opinião no telejornal que apresenta. Há o roteiro a ser seguido, mas, para este âncora, é apenas a base. Ele “conversa” o tempo todo com o telespectador e deixa sua opinião evidente. Como esse jornalista tem autonomia para dizer o que pensa, geralmente torna-se polêmico pelos comentários mais ousados.

O cenário é o mesmo do perfil 1, ou seja, esse apresentador fica sempre sentado, mas a postura adotada por ele é mais informal, mais solta que o tipo anterior;

### 3 – LEVEZA E INFORMALIDADE:

Esse é o perfil do jornalista que segue um roteiro pré-estabelecido, mas também pode opinar sobre os assuntos abordados no telejornal. A linguagem é mais informal e próxima do enunciador. Neste caso, também há a interação com correspondentes, comentaristas no estúdio e repórteres no link <sup>56</sup>, sempre com numa conversa natural.

A estrutura física é maior em relação aos perfis números 1 e 2. O apresentador utiliza diversos ambientes:

- a tradicional bancada;

---

<sup>56</sup> O link é a transmissão da notícia na hora em que ela acontece. É feita no local do fato, com o repórter e, algumas vezes, com entrevistado.

- um ambiente parecido a uma sala de estar, com poltronas confortáveis e centro de mesa;

- também fica em pé para conversar com repórteres ou correspondentes, ao vivo, com um telão ao lado.

O âncora pode, ainda, caminhar pelo ambiente. Dessa maneira, alterna a postura, ora em pé, ora sentado. Geralmente, esse tipo de telejornal tem mais de um apresentador.

É nítido na televisão brasileira que muita coisa mudou. Além da tradicional bancada, sofás e mesinhas de sala de estar passaram a fazer parte do cenário do telejornal e o apresentador, que antes ficava sempre sentado, agora tem a liberdade de expressão, com a possibilidade de ficar em pé e de até caminhar pelo estúdio. Os monitores, agora LCD, mostram com precisão as reportagens, além de repórteres e comentaristas que participam, ao vivo, do noticiário. Essa também é uma forma mais natural de apresentar a notícia, pois o telespectador sente-se parte daquele cenário estilo sala de estar, ele se vê ali.

Um exemplo para esse tipo de apresentação é a do Bom Dia Brasil, da Rede Globo. O estilo utilizado neste noticiário consegue fugir dos padrões tradicionais e encaixa-se perfeitamente no perfil número 3, o da leveza e informalidade, tanto na questão do cenário, onde os sofás quebram um pouco a formalidade e permitem que os apresentadores se movimentem, quanto na interação entre os âncoras e outros jornalistas do programa, como comentaristas e repórteres. Se esta é a maneira de humanizar a notícia visualmente, ainda não se sabe. Ainda há poucos estudos sobre o assunto e o tema ainda rende discussões entre os profissionais da área.

O MS TV, 1ª edição, aparentemente, tenta se encaixar no perfil número 3 que se destaca pela leveza e informalidade dos apresentadores e, ainda, pela composição do cenário. No telejornal em questão há um cenário com sofás para âncoras e entrevistado no estúdio, além da bancada, mas, quando se observa a interação entre os porta-vozes da notícia, percebe-se que não há a liberdade de opinião. Marcos Anelo e Maureen Mattiello seguem à risca o roteiro que foi previamente definido e, vez ou outra, interagem entre si, mas, com frases curtas, como, por exemplo, “pois é”, para concordar com o parceiro de bancada, “olha”, para tentar chamar a atenção do enunciatário com palavras usadas no dia-a-dia e até mesmo algumas gírias como “showzaço” ou “beleza”, para cumprimentar um dos entrevistados. Percebe-se que há uma tentativa de se levar ao telespectador leveza e informalidade, mas os âncoras ainda são dependentes do

teleprompter, o TP, conforme relata o gerente de jornalismo da emissora: “estamos mudando aos poucos e com a mudança de estúdio, vamos implantar o apresentador mais solto sem TP”<sup>57</sup>. Até o momento desta pesquisa, antes desta mudança futura, segundo Alfredo Singh, o telejornal da TV Morena apresenta um formato formal e amarrado ao script, conforme o perfil número 1.

---

<sup>57</sup> Entrevista pessoal com Alfredo Singh, gerente de jornalismo da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2012.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acredita-se que o efeito de proximidade é uma alternativa dos jornalistas de TV para conquistar a atenção e, conseqüentemente, a audiência do telespectador. A maneira encontrada pelo MS TV, 1ª edição, para atrair o público é a simplicidade nos textos dos apresentadores, observada na análise das cinco edições. É evidente a preocupação dos jornalistas em escolher a abordagem de compreensão mais imediata e a linguagem mais próxima da que é usada naturalmente pelas pessoas ao conversar. Para que isso ocorra de uma forma natural, como se estivessem mesmo sentados ao lado de quem vê a notícia, os âncoras parecem se mostrar como um sujeito “eu”, em uma disposição de diálogo com o “tu” formado por cada pessoa que está do outro lado, atenta ao diálogo transmitido pelos jornalistas.

É importante ressaltar que repórteres e comentaristas de telejornais também ocupam posições de sujeitos de fala e, ao produzirem os enunciados, também ficam em contato direto com os enunciatários, mas é o apresentador que parece ter conquistado um espaço privilegiado. É ele que passa a maior parte do tempo em comunicação com o telespectador e chama, o tempo todo, a atenção para o assunto em discussão ou o que a edição do dia vai levar ao ar nos próximos minutos.

Como citado durante a pesquisa, os jornalistas da TV Morena passam por uma transformação, buscam um caminho para mudar o jeito de transmitir a notícia. Uma mudança que, segundo o gerente de jornalismo da emissora, Alfredo Singh, é um trabalho ainda não concluído, “na TV Morena, estamos aos poucos trabalhando com a equipe para esta transição de texto”<sup>58</sup>.

Essa transição apontada pelo gerente de jornalismo pode ser notada nas análises dos textos de cabeças do MS TV, 1ª edição. Percebe-se uma preocupação em conquistar a atenção do público e, para isso, os apresentadores recorrem às estratégias da projeção do *eu-aqui-agora*, com o efeito de aproximação. Somente na edição do dia 21/11/11, foram operados onze textos com o efeito de aproximação, de breagem enunciativa, e cinco com efeito de afastamento, de breagem enunciativa. Em alguns discursos, o enunciador deixou sua marca com o sujeito da enunciação (nós) e ainda projetou o *tempo* (agora) no interior do enunciado.

---

<sup>58</sup> Entrevista pessoal com Alfredo Singh, gerente de jornalismo da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2012.

Um dos objetivos da direção da TV Morena em relação aos discursos dos apresentadores da emissora é “dar clareza aos assuntos, tornar o texto escrito em conversa”<sup>59</sup>. Apesar de boa parte dos enunciados apresentar o efeito de aproximação, não apareceu, em todos os discursos, esse tom de conversa, como se jornalistas e telespectadores estivessem na mesma sala, inseridos no mesmo enunciado.

Aproximar-se do público com diálogos mais naturais ainda é uma tentativa dos enunciadadores do telejornal, pois se notou a vontade de ambos em transformar a linguagem amarrada em enunciados com tom de conversa. Algumas ênfases em expressões observadas nas análises como “olha”, “pois é”, “né” e até gírias como “beleza?”, no lugar de “tudo bem?” e “showzaço”, para chamar a matéria feita durante um show, demonstram uma tendência à personalização. Se é exagero, não se pode afirmar neste momento, pois os jornalistas da emissora ainda testam as alternativas de proximidade com quem está do outro lado da televisão.

Outra tentativa de humanizar o relato jornalístico, além dos enunciados com efeito de aproximação, é a iniciativa do MS TV, 1ª edição, em convidar o público para sugerir conteúdos a serem abordados, como, por exemplo, o quadro “Você e o trânsito”, em que os apresentadores alertam os telespectadores sobre as condições do trânsito da cidade, inclusive com informações sobre acidentes. O telejornal também abre espaço para a veiculação de vídeos e fotografias amadores. É uma forma de fazer com que o enunciatário também participe do programa, com seu olhar sobre determinado fato.

Esse momento de transição, como explicou o gerente de jornalismo, resultou em mudanças. Em 2012, cinco meses após as análises dos textos de cabeças do MS TV, 1ª edição, a dupla de apresentadores foi desfeita. Marcos Anelo passou a apresentar o telejornal da noite, o MS TV 2ª edição e, Maureen Mattiello, continuou, sozinha, na bancada do telejornal do meio dia. Após a mudança, a linguagem, até o momento, janeiro de 2013, continua no perfil de um telejornal formal e amarrado ao script, porém ainda se busca uma alternativa para atingir o objetivo de levar ao ar um telejornal de apresentação leve e informal.

Neste momento de mudanças na afiliada da Rede Globo de Campo Grande, percebe-se, de alguns jornalistas da emissora, o medo de ousar nos textos para se encaixar a nova linguagem. O repórter Alexandre Cabral, por exemplo, durante a entrevista para esta pesquisa, assumiu essa insegurança ao confessar que essa ousadia

---

<sup>59</sup> Entrevista pessoal com Alfredo Singh, gerente de jornalismo da TV Morena, afiliada da Rede Globo. Campo Grande, MS, 2012.

nos textos, na forma de apresentação, na desenvoltura do agente comunicador ainda é um desafio para qualquer profissional de TV.

Como toda novidade, em um primeiro momento assusta. A gerente de desenvolvimento de jornalismo da Rede Globo, Vera Iris Paternostro, lembra que existe um tempo de adaptação, principalmente para o jornalista que aprecia o texto tradicional. Transformar a linguagem de uma hora para a outra, não é tarefa fácil, por isso, muitos, na tentativa de uma narrativa mais natural, chegam ao exagero. O importante, nesta fase, é continuar reinventando novos perfis e novos caminhos para chegar mais perto de quem assiste.

Para boa parte dos jornalistas da TV Morena esse novo jeito de transmitir a notícia ainda é um aprendizado. A editora-executiva da afiliada da Rede Globo, Lucimar Lescano, afirma que ainda buscam o formato que melhor se enquadra a equipe a estrutura de trabalho. Muitas vezes, a novidade não agrada ao telespectador e até mesmo aos profissionais da emissora. A jornalista explica que o retorno é imediato e que o tempo é parceiro nesse processo.

Apresentadores, repórteres e toda a equipe dos telejornais da TV Morena demonstram muita expectativa para realmente chegar a uma mudança de linguagem. Pode-se dizer que ainda não há um formato ideal e que cada um terá de encontrar sua evolução e o jeito certo de deixar a notícia mais próxima do telespectador.

Após as análises de textos e perfil dos apresentadores do MS TV, 1ª edição, e conclusões de pesquisadores sobre o assunto desta pesquisa, conclui-se que, entre os mecanismos utilizados para chamar a atenção do enunciário, é possível descrever alguns pontos que favorecem uma maior ou menor proximidade com o telespectador. São estratégias que podem ajudar a humanizar o relato jornalístico, apontadas no quadro abaixo:

Quadro 19. Alternativas para Humanizar o Relato Jornalístico de Apresentadores.

<b>Afastamento</b>	<b>Aproximação</b>
Apresentação com uso de teleprompter.	Apresentação sem o teleprompter e liberdade para chamar a reportagem com improvisado.
Textos decorados.	Textos improvisados.
Apresentadores que não têm o conhecimento do assunto enunciado.	Apresentadores com conhecimento sobre o enunciado.

Linguagem formal, de fácil entendimento apenas para uma parte da sociedade.	Linguagem informal, de fácil compreensão a todas as classes sociais, com o cuidado de não deixar provocar a crítica do telespectador mais culto.
Apresentação sem liberdade para comentários.	Apresentação com liberdade para opiniões.
Apresentação com informações direcionadas apenas a quem assiste ao telejornal.	Apresentação com diálogos entre âncoras e telespectadores.
Apresentação sem participação de comentaristas.	Apresentação com participação de comentaristas e entrevistas em tom de conversa.
Cenário simples, apenas com bancada e painel de fundo.	Cenário variado com bancada, telão para chamar a participação de repórteres, ao vivo, e sala de estar para entrevistas no estúdio.
Apresentadores presos ao cenário, sem a possibilidade de movimentação pelo estúdio.	Apresentadores a vontade, com alternância de cenário: ora sentados atrás da bancada, ora nas poltronas durante a entrevista e ora em pé ao chamar a participação de repórteres ao vivo.
Vestimentas sérias, como terno e gravata, para homens e terninho, para mulheres.	Vestimentas próximas das utilizadas no dia-a-dia do telespectador. Apresentadores sem gravata e apresentadoras com roupas mais leves, como camisas e vestidos.
Veiculação apenas das imagens feitas pelos cinegrafistas da emissora.	Veiculação de imagens enviadas pelos telespectadores, até mesmo por e-mail.
Pautas sugeridas apenas pelos jornalistas da emissora.	Pautas sugeridas pelos telespectadores.
<i>Sítio web</i> da emissora apenas para exibir o que foi veiculado nos telejornais.	<i>Sítio web</i> com informações, além do que foi exibido nos telejornais, com espaços para notícias atualizadas, novos vídeos e participação do telespectador.
Regras para a produção do telejornal.	Ainda há regras para levar a notícia ao telespectador, mas a criatividade individual é permitida!

As alternativas para humanizar o relato jornalístico de apresentadores, apontadas no quadro 19, são apenas sugestões de uma possível aproximação de jornalista com o público. Se esses mecanismos atingem o objetivo de melhorar a comunicação com o telespectador, é impossível responder, pois ainda se vive um processo de transformação da linguagem e o resultado desse caminho, percorrido por muitas empresas de comunicação, só será visível com o passar do tempo, com os novos índices de audiência, com a receptividade do telespectador quanto a compreensão das notícias e ainda com o surgimento de outras pesquisas sobre o assunto.

Se profissionais ainda buscam uma fórmula para transformar a maneira de transmitir a notícia, é inevitável pensar neste momento, como o telespectador recebe essas mudanças. Por ser um momento de transição vivido pelos jornalistas da TV Morena, um estudo mais detalhado, futuramente, permitirá apresentar as consequências da mudança. Essa e outras questões podem ser respondidas com um aprofundamento do tema em uma pesquisa de doutorado, baseada nos estudos de recepção.

## REFERÊNCIAS

ABRAMO, Cláudio Weber. **Império dos sentidos**: critérios e resultados na Folha de São Paulo. In: Novos Estudos: CEBRAP, n. 31, p. 41-67, 1991.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Interação em anúncios publicitários**. In: PRETI, Dino. (Org.). Interação na fala e na escrita. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP (Projetos Paralelos-NURC/SP), vol. 5, 2002. p. 17-44.

\_\_\_\_\_. **Teoria semiótica do texto**. 4. Editora São Paulo: Ática, 2005.

BATISTOTE, Maria Luceli Faria. **Discurso jornalístico, a construção da imagem do povo Paresi**. In: BARONAS, R.L. (org.). Identidade Cultural & Linguagem. Cáceres, Mt: Unemat Editora; Campinas, SP: Pontes Editora, 2005, p. 123-136.

BENVENISTE, Émile. **Problemas de lingüística geral II**. Campinas: Pontes, 1989.

BERTRAND, Denis. **Caminhos da semiótica literária**. São Paulo: Edusp, 2003.

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. 2. Editora São Paulo: Contexto, 2008.

BUCCI, Eugênio (org). **A TV aos 50**: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

CANCIO, Marcelo. **Telejornalismo descoberto**: a origem da notícia no jornalismo televisivo regional. Campo Grande: Ed. UFMS, 2005.

COSTA, Lailton Alves. **Gêneros Jornalísticos**. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS Francisco (orgs). Gêneros Jornalísticos no Brasil. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010. p. 43-83.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo brasileiro**: a teoria e a prática dos gêneros jornalísticos nos cinco maiores jornais do Brasil. CELACOM' 2007 – XI Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, Pelotas – RS, 2007. Disponível em: [http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/1/10/GT4-17-Jornalismo\\_brasileiro-Lailton.pdf](http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/1/10/GT4-17-Jornalismo_brasileiro-Lailton.pdf). Acesso 20 de dezembro de 2011.

DIAS, Paulo da Rocha *et al.* **Gêneros e formatos na comunicação massiva periodística**: um estudo do jornal “Folha de S. Paulo” e da revista “Veja”. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 21., 1998, Recife. **Anais...** São Paulo: Intercom, 1998.p. 1-23.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo**. Redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática, 2004.

FECHINE, Yvana. **O papel dos apresentadores de TV**: uma abordagem semiótica a partir do telejornal. Revista Animus – Revista Interamericana de Comunicação Midiática, v. 7, n. 13, Jan.-Jun. 2008. Disponível em: [http://w3.ufsm.br/animus/animus\\_2008-1\\_art09.html](http://w3.ufsm.br/animus/animus_2008-1_art09.html) Acesso em: 11 de janeiro de 2013.

\_\_\_\_\_. **Performance dos apresentadores dos telejornais**: a construção do éthos. Revista Famecos, Porto Alegre, Editora EDIPUCRS, n. 36, p. 69-76, Ago. 2008.

FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação**: as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 2001.

\_\_\_\_\_. **O Pathos do enunciatário**. Alfa, Revista de Lingüística, São Paulo: UNESP, v.48, p. 69-78, 2004.

\_\_\_\_\_. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2006.

\_\_\_\_\_. **Em busca do sentido**: estudos discursivos. São Paulo: Contexto, 2012.

FIUZA, Sílvia. **Jornal Nacional**: a notícia faz história / Memória Globo. Editora Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 2004.

GLOBO, Rede. **Jornal Nacional** - abertura e encerramento | Estréia da News Room (26/04/2000), 2000, Editora (publicação) YouTube, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=aoZ8TSmsHNo>, acesso em 18 de julho 2011.

\_\_\_\_\_. **Jornal Hoje**, 2010, disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-237470,00.html>, acesso em: 30 de março de 2012.

\_\_\_\_\_. **Confira a história do JN**, 2010, disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2010/04/confira-historia-do-jn.html>, acesso em: 10 de maio 2011.

\_\_\_\_\_. **Bom Dia Brasil, 2010**, disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-237480,00.html>, acesso em: 30 de março de 2012.

\_\_\_\_\_. **Bom Dia São Paulo**, 2010, disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-240151,00.html>, acesso em: 30 de março de 2012.

GHIZZI, Bortolotto Eluiza. **Introdução à Semiótica Filosófica de Charles S. Peirce**. Texto de apoio didático. DAC/CCHS, Campo Grande, 2009.

HILGERT, José Gaston. **A colaboração do ouvinte na construção do enunciado do falante** – um caso de interação intraturno. In: PRETTI, Dino (org.) *Interação na fala e na escrita*. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP, p.89-124, 2002.

IJUIM, Jorge Kahneide. **Jornal escolar e vivências humanas**: um roteiro de viagem. Campo Grande: UFMS, 2005.

\_\_\_\_\_; SARDINHA, Antonio Carlos. **Algumas meias verdades sobre a narrativa jornalística...e a busca por um jornalismo humanizado**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, n. 1135-2, Santos – SP, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

\_\_\_\_\_. **Humanização e desumanização no jornalismo**: algumas saídas. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife – PE, 2 a 6 de setembro de 2011.

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos, **Trajatória da formação do telejornalista brasileiro**: as implicações do modelo americano. 239 páginas. Tese – Universidade de São Paulo. Escola de Comunicação e Artes, 2008.

LEAL FILHO, Laurindo. **A TV pública**. In: BUCCI, Eugênio (org). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000, p. 153-165.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola, 2008.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3. Ed. Ver. e ampl.- Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003. p.238.

\_\_\_\_\_; ASSIS, Francisco de (org.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MARTINS, Lilian. **Jornalismo Narrativo: possibilidade para a sobrevivência do jornalismo impresso diário**. Anais da LECOTEC – II Simpósio de Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã, ISSN 2177-3017, 11 a 13 de novembro de 2009, Bauru – SP, p. 518 a 533.

MATTE, Ana Cristina Fricke; LARA, Gláucia Muniz Proença. **Ensaio de Semiótica: aprendendo com o texto**. Série Língua e Ensino: reflexões e propostas. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

MONTEIRO, J. L. **Pronomes pessoais**. Subsídios para uma gramática do português do Brasil. Fortaleza: Ed. UFC, 1994.

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

PENHALVER, Alexandra. **A TV de quem não vê**. In: PEREIRA JR, Luiz Costa (org.). **A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano**. São Paulo: Senac, 2002, p. 29-31.

PEREIRA JR, Luiz Costa (org.). **A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano**. São Paulo: Senac, 2002.

PIERRY, Marcos. **O ibope pelo buracão da fechadura**. In: PEREIRA JR, Luiz Costa (org.). **A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano**. São Paulo: Senac, 2002, p. 75-79.

PIZA, Daniel. **Muito além de fofocas e mumunhas**. In: PEREIRA JR, Luiz Costa (org.). **A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano**. São Paulo: Senac, 2002, p. 11-14.

PRIOLLI, Gabriel. **Antenas da brasilidade**. In: BUCCI, Eugênio. (org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000, p. 13-24.

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

SANTAELLA, L. **O Que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SECOM - Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – Pesquisa qualitativa **“Hábitos de Informação e Formação de Opinião da População Brasileira”**, 2010, disponível em: <http://www.fenapro.org.br/relatoriodepesquisa.pdf>. Acesso em: 30 de outubro de 2011.

SILVA, Camila P.G. da. **Âncora**: posturas e evolução de uma atividade jornalística. Temática, João Pessoa, v.6, p. 1-39, Junho/2009. Disponível em: <<http://www.insite.pro.br/2009.html>>. Acesso em: 07 de dezembro 2013.

SIMÕES, Inimá. **Nunca fui santa** (episódios de censura e autocensura). In: BUCCI, Eugênio (org). A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000, p. 65-94.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**. Petrópolis, Vozes, 1977.

TEIXEIRA, Lucia. **A semiótica no espelho**. Cadernos de Letras da UFF, n.12. Niterói: Instituto de Letras da UFF, 2º semestre/1996, p.33-49.

VEJA, São Paulo: Editora Abril, edição nº 2262 - ano 45 - nº13, 28 de março de 2012.

VIZEU, Alfredo. **A produção de sentidos no jornalismo**: da teoria da enunciação à enunciação jornalística. In: Anuário Internacional de Comunicação Lusófona, vol. 2, nº 1, p. 141-153, 2004.

\_\_\_\_\_, PORCELLO, Flávio, COUTINHO, Iluska (orgs). **60 anos de Telejornalismo no Brasil**: História, análise e crítica. 1ª edição, Florianópolis: Editora Insular, 2010.

\_\_\_\_\_; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso. **O telejornalismo**: o lugar de referência e a revolução das fontes. In: VIZEU, Alfredo, PORCELLO, Flávio, COUTINHO, Iluska (orgs). **60 anos de Telejornalismo no Brasil**: História, análise e crítica. 1ª edição, Florianópolis: Editora Insular, 2010, p. 83-99.

WERNECK, Humberto. A arte de sujar os sapatos (Posfácio). In: TALESE, Gay. **Fama e anonimato**. Tradução: Luciano Vieira Machado. 2. Ed. São Paulo: Cia das Letras, 2004.

WOLFE, Tom. **Radical Chique e o Novo Jornalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

## VÍDEOS

GLOBO, Rede - Globo Repórter – **50 anos da TV**, exibição em 2000.

## **APÊNDICE – Entrevistas com Jornalistas da Rede Globo e TV Morena**

### **A.1. Entrevista com Marco Antônio Campos Rodrigues, editor-chefe e coordenador das emissoras afiliadas da Rede Globo.**

#### **- Qual a principal mudança na linguagem do telejornal nos últimos anos?**

A busca da informalidade. Ser compreendido por todas as classes sociais. Essa informalidade, a linguagem mais fácil, a linguagem usada no cotidiano nas relações do dia-a-dia tem o objetivo de atingir as classes C, D e E da população. No fundo, é comunicar melhor. A linguagem escrita, empolada, além de artificial é de difícil entendimento para maior parte do público que acompanha os telejornais no país.

#### **- Por que há a necessidade de mudar o formato dos telejornais?**

Não dá para ser informal num ambiente fechado, com o apresentador preso em uma cadeira. Ficar em pé, se mexer durante a apresentação, é uma maneira de combinar naturalidade da fala com naturalidade dos gestos.

#### **- O que esperar dos repórteres e apresentadores neste momento em que a linguagem deve estar mais próxima da realidade de todos os telespectadores?**

O papel deles é fundamental, decisivo. Apresentadores que só liam notícias terão que entender mais do conteúdo e também serem comunicadores, com capacidade de improvisação de domínio de cena. A missão do repórter também é essa.

#### **- Quais são as principais dificuldades?**

A maior dificuldade é que passamos décadas engessados em um estilo que era do rádio e nada televisivo.

#### **- Como os profissionais dão conta desse novo jeito de transmitir a notícia?**

Mudou o perfil. Muita gente tem se destacado e outros estão com os dias contados na TV. Além de poder de comunicação é fundamental que o profissional entenda do conteúdo do que está falando. Não precisar ser um especialista em tudo, mas tem que possuir uma cultura geral sólida.

#### **- Hoje este profissional prefere a nova linguagem?**

Prefere. Com o tempo, ela facilita a vida de todos.

**- Há medo de ousar, já que com essa nova linguagem não há mais uma regra para o fechamento do telejornal, apresentação e reportagem?**

Claro que há muita indecisão e muito medo. Mas há muitas regras sim. Não são regras formais e sim de conteúdo. É preciso clareza, informalidade na mídia que o assunto exige. As regras não mudaram. Mudou a fórmula para se aprimorar no conteúdo e na comunicação.

**- Qual o perfil do profissional que geralmente tem mais dificuldade para mudar a linguagem ou o jeito de transmitir a notícia?**

É aquele que não sabia muito do que estava falando, mas era ótimo decorador. Acabou a cola.

**A.2. Entrevista com Vera Iris Paternostro, gerente de desenvolvimento de jornalismo da Rede Globo.**

**- Qual a principal mudança na linguagem do telejornal nos últimos anos?**

A linguagem dos telejornais é, sempre foi, dinâmica. A tecnologia de telecomunicações tem grande influência nos formatos, modelos e características dos telejornais por modificar - a partir dela - o jeito de se fazer telejornalismo.

Os primeiros jornalistas de TV vieram do rádio, portanto, traziam uma narrativa formal, padronizada e identificada com aquele veículo. Conforme a TV foi se consolidando e novas tecnologias, como, por exemplo, o vídeo tape, foram se incorporando ao jornalismo televisivo e o tornando mais ágil, a narrativa, a linguagem, vai buscando naturalmente uma informalidade maior com o propósito de se aproximar mais do telespectador. O tom distante e frio vai sendo sobreposto pela linguagem mais coloquial, mais próxima. E, assim permite um jornalismo mais "quente".

A chegada da internet e a concorrência natural com sites de notícias fazem o telejornalismo mudar mais ainda - e desta vez a busca da naturalidade para contar uma história é inclusive mais radical .

Assim, a comunicação natural - de dentro para fora, humanizando repórteres, valorizando imagens e fatos populares - é uma tendência e se torna uma conquista coerente do telejornalismo hoje.

**- Por que há a necessidade de mudar o formato dos telejornais?**

Como disse anteriormente, uma das necessidades vem da evolução da tecnologia. O jornalismo feito na TV tem essa característica - se a câmera se torna menor e mais leve como é hoje, fica mais fácil para a captação de uma matéria de forma ágil e natural. Assim, não é somente uma necessidade, mas uma evolução da linguagem que acompanha a evolução da própria tecnologia.

A disputa pela audiência - que não é uma tendência só dos dias atuais - também é um fator de mudança do formato dos telejornais. Quanto mais se quer ampliar o alcance da audiência mais necessário torná-lo experimental e diferenciado.

**- O que esperar dos repórteres e apresentadores neste momento em que a linguagem deve estar mais próxima da realidade de todos os telespectadores?**

Repórteres e apresentadores devem acompanhar as mudanças e buscar dentro de si as características de suas personalidades que possam ajudar nesse novo momento.

Eles precisam entender a notícias, conhecer o fato com maior profundidade, para poder transmitir o noticiário de forma natural e informal. O telespectador está mais atento e percebe muito bem quando o repórter ou apresentador não entende o que está falando. Quanto mais repórteres e apresentadores se distanciarem dos fatos mais afastados do novo formato estarão.

Assim, uma das recomendações a esses profissionais é se aprofundarem no conhecimento do noticiário antes de falarem sobre o assunto nos telejornais, quer seja na reportagem ou na apresentação.

**- Quais são as principais dificuldades?**

A principal dificuldade talvez seja entender essa necessidade e seguir esse caminho se adaptando aos novos tempos.

Refletir sobre a necessidade de mudança, enfrentar o desafio em equipe, reconquistar o espaço com um pensamento diferente e trabalhar arduamente para achar seu diferencial. O importante é estarem todos alinhados com o formato, mas dentro dele não encontrarem uma forma, uma receita de bolo. Cada um deve buscar o seu caminho e conquistar o seu estilo próprio. É importante ressaltar que os profissionais, principalmente os novos, não devem copiar estilos ou modelos, pois estarão sempre fazendo uma cópia e o telespectador percebe e não aceita.

**- Hoje este profissional prefere a nova linguagem?**

Acho que não é uma questão de preferir ou não preferir. É uma questão do momento profissional em que estão vivendo no telejornalismo e no jornalismo em geral. Se não se entender assim, fica impossível trabalhar e conquistar um espaço neste mercado.

**- Há medo de ousar, já que com essa nova linguagem não há mais uma regra para o fechamento do telejornal, apresentação e reportagem?**

Também não é uma questão de não haver mais regras. Claro que existem. Mudaram, mas existem, e elas permitem que as ousadias sejam praticadas de forma coerente e eficiente. Se elas não existirem, o telejornalismo perde seus princípios básicos e seus fundamentos. Isso não é o objetivo.

Toda mudança causa estranheza e num primeiro momento assusta. E existe um tempo de adaptação que pode ser até onde a linguagem natural chega ao exagero, mas as circunstâncias e os contextos levam a um ajuste prático e necessário.

**- Qual o perfil do profissional que geralmente tem mais dificuldade para mudar a linguagem ou o jeito de transmitir a notícia?**

Sinceramente acho difícil explicitar aqui esse profissional. Acredito que o bom profissional está antenado com o novo momento e por isso busca esse caminho sempre. Mudanças fazem parte da carreira.

**- Se o objetivo é ter uma aproximação maior com o telespectador, essa mudança na linguagem está surtindo efeito? Como percebe isso?**

Com certeza. Percebe-se pelo interesse maior do telespectador através de pesquisas de audiência e de retorno. Hoje em dia, com a internet e o estímulo à interatividade, esse retorno é amplamente medido e realizado. Isso ajuda muito a direcionar a linha a ser seguido, mudar ou manter de acordo com o retorno e as opiniões, sugestões imediatas em tempo real que ocorrem, não somente através dos sites dos telejornais, mas nas redes sociais.

**A.3. Entrevista com Angela Garambone, editora de texto do Jornal Nacional e diretora do Globo Repórter.**

**- Qual a principal mudança na linguagem do telejornal nos últimos anos?**

Há várias mudanças importantes. As mais visíveis são as dos apresentadores, que se aproximaram do público ao caminhar pelo cenário, a se sentar sobre a mesa, ao falar de forma cada vez mais coloquial, e a participação popular, com entrevistas ao vivo, com queixas direcionadas às autoridades, com pautas sugeridas. É cada vez menor no jornal local a distância de quem faz com quem vê o telejornal. Em alguns jornais, como o RJTV primeira edição, nem há mais página no teleprompter, tudo é improvisado para que fique mais natural.

**- Como repórter, como deixar a linguagem mais próxima da realidade de todos os telespectadores?**

Basta falar como todo mundo fala, às vezes cabem até expressões regionais, gírias, dependendo do assunto que está sendo tratado. A linguagem dita culta, cheia de portantos, entretantos e poréns deve ser deixada de lado. É o princípio da TV. Se não há como voltar o disco ou a fita e assistir de novo, tudo tem que ser bem claro logo de primeira.

**- Quais são as principais dificuldades?**

O risco maior é cair no popularesco, no mau gosto. Aproximar-se do público não é baixar o nível. Você pode dar a notícia, emitir sua opinião sincera sem ser grosseiro, sem ferir as leis locais ou fazer campanha, por exemplo, pela pena de morte num caso bárbaro de homicídio. Outra dificuldade é a participação ao vivo da população. Sem uma conversa prévia com o entrevistado, é impossível dizer se fala bem, se ele consegue expor suas idéias. E mesmo assim há sempre o risco de encontrar um engraçadinho pela frente, que faça uma brincadeira imprópria na hora da entrevista. Também é preciso estar sempre atento ao retorno do telespectador. Em muitas afiliadas da Rede Globo, o público se incomodou com os apresentadores em pé na hora do almoço. Qual a explicação? Preferência simplesmente. Não dá pra fazer um tipo de jornal que acaba sendo rejeitado. A saída, num caso como esse, pode ser mesclar; apresentador anda um pouco, passa um ou dois blocos sentado, depois muda de cenário...Até que a novidade seja absorvida.

**- Hoje você prefere a nova linguagem?**

Eu prefiro. Fico mais atenta num jornal informal, com tudo fluindo mais naturalmente, como se não houvesse espelho, ordem de VTs etc. Quanto mais conversado melhor.

**- Há medo de ousar, já que com essa nova linguagem, já não há mais uma regra para o fechamento do telejornal, apresentação e reportagem?**

Há regra sim! Só que ela vai variar de emissora pra emissora, de jornal pra jornal, de acordo com as decisões das chefias. A nova linguagem só dá mais autoridade, digamos assim, às mudanças ou à ousadia de mudar.

**- Qual o perfil do profissional que geralmente tem mais dificuldade para mudar a linguagem ou o jeito de transmitir a notícia?**

Geralmente aquele que se consagrou no formato antigo ou que tem dificuldade de improviso. Até os textos dos repórteres ao vivo já estão livres da supervisão dos editores na redação. O editor dá a linha, quer saber como o repórter vai explicar o assunto, mas não dirá se ele deve começar assim ou assado, ou usar esta ou aquela palavra – a não ser que haja uma coerência dentro do espelho, como deixar pra falar de determinado aspecto do assunto no fim, porque logo depois virá uma reportagem detalhando o tema. Isso exige que o repórter domine bem o assunto, que saiba responder a perguntas do apresentador ou saiba retrucar uma resposta mal dada de um entrevistado. Resistência ao novo sempre haverá.

**- Se o objetivo é ter uma aproximação maior com o telespectador, essa mudança na linguagem está surtindo efeito? Como percebe isso?**

Só as pesquisas de opinião e o retorno do telespectador (ibope, e-mails, telefonemas etc) dirão se o novo estilo está surtindo efeito. De um modo geral, penso que sim, porque o público passa a cobrar a presença da reportagem no seu bairro, na sua comunidade, sugere temas, passa a “conversar” com o apresentador como o telespectador das novelas com seus personagens favoritos – ele comenta, concorda, discorda.

**A.4. Entrevista com Alfredo Singh, gerente de jornalismo da TV Morena.**

**- A partir de que momento a TV Morena começou a mudar a linguagem de apresentadores e repórteres do MS TV 1ª edição? Por que essa mudança?**

A mudança segue a orientação da direção de jornalismo da Globo, que entende que a linguagem para a televisão deve informar todas as classes sociais sem distinção. É um desafio pra levar a informação para as classes A e B que durante o dia já tiveram alguma informação e vão chegar em casa e receber os principais fatos de forma organizada, já as classes C, D e E que não tiveram tempo de ir atualizando as informações ao longo do dia, também querem ter as mesmas informações, porém de forma simples, direta e objetiva. Na TV Morena, estamos aos poucos trabalhando com a equipe para esta transição de texto.

**- Qual é o objetivo desse novo jeito de transmitir a notícia?**

É dar clareza aos assuntos, tornar o texto escrito em conversa.

**- O diretor geral das Organizações Globo, Octávio Florisbal, disse, em entrevista à web site "comunique-se", que algumas alterações já estão sendo feitas no o "SP TV" e o "RJ TV". "No Rio de Janeiro e em São Paulo acabamos com o teleprompter (TP), então o apresentador não lê mais a notícia; ele anda, conversa com os comentaristas". Isso já aconteceu no MS TV 1ª edição?**

Ainda não, estamos mudando aos poucos e com a mudança de estúdio, vamos implantar o apresentador mais solto sem TP.

**- O que esperar dos repórteres e apresentadores neste momento em que a linguagem deve estar mais próxima da realidade dos telespectadores?**

Preocupação, atitude e vontade de mudar. Nesta fase ele tem que ser observador e se envolver com a proposta de mudança.

**- Quais são as principais dificuldades dos jornalistas?**

A mudança, muitos entendem, querem e não conseguem. Boa parte tem resistência a superar as limitações e dificuldades que são naturais, porém exigem um esforço maior. Outra dificuldade está na formação. A maioria tem dificuldade pra entender a pauta, encontrar o encaminhamento e, por fim, escrever tudo de forma coloquial.

#### **A.5. Entrevista com Jaqueline Bortolotto, editora de rede da TV Morena.**

Como a entrevista foi feita via correio eletrônico, a jornalista preferiu descrever sobre o assunto sem inserir as perguntas.

A principal mudança na linguagem do telejornalismo brasileiro, nos últimos anos, é a busca pela simplicidade.

O telejornalismo sempre se estruturou sob bases muito bem definidas: objetividade, equilíbrio de ideia, correção. Mas os novos tempos, com o acesso das massas às mídias eletrônicas, trouxeram um novo desafio. Para chegar até o telespectador, ser compreendido e - mais que isso - gerar a necessidade de troca, de querer compartilhar, era preciso ir além. Era preciso falar a mesma linguagem.

Mas, a mesma linguagem de quem? Do político ou da dona de casa? Do pesquisador ou do gari? Do jovem ou do idoso? Essa era a grande dificuldade!

Encontrar o meio-termo ainda é objetivo de quem faz telejornalismo no Brasil.

Não se pode adotar uma linguagem simplória, exageradamente coloquial, sem provocar a crítica dos mais cultos. Da mesma forma, não teríamos um bom resultado ao adotar uma linguagem rebuscada, literária para um público sem formação acadêmica, acostumado à linguagem mais popular, cotidiana.

Nesse processo, foi necessário entender quem é o público do telejornalismo brasileiro e o que ele esperava desse processo de comunicação. O resultado dessa busca é que vemos hoje, nas redações dos principais telejornais do Brasil e também de Mato Grosso do Sul: o texto jornalístico tradicional – aquele com formato e estilo definidos - está sendo gradativamente substituído por narrativas mais simples. Vivemos um período de experimentar novas formas.

Hoje, observamos com certa frequência reportagens jornalísticas para televisão que mais parecem uma conversa, um bate-papo com o texto solto e sem nenhum estilo.

Na cobertura de uma catástrofe, por exemplo, hoje é muito mais valorizada a narrativa testemunhal, do repórter no local onde ocorreu o fato, dando suas impressões e seu depoimento sobre o que está vendo, do que uma reportagem com texto fechado entre o repórter e o editor, como se fazia num passado recente. É o momento e a vez da reportagem testemunhal.

Para quem aprecia o texto tradicional, desconstruir uma ideia de estrutura de narrativa para se adequar aos novos padrões tem sido um desafio. Não apenas pela dificuldade de se adaptar ao novo formato, mas muito pelo apego que alguns jornalistas

ainda têm ao texto mais rebuscado, mais trabalhado, dentro das regras da boa gramática e dos estilos jornalísticos que aprendemos na Universidade.

Já para os novos jornalistas, que estão entrando agora nas redações, é - com certeza - mais fácil adotar esse novo modelo.

É inevitável pensarmos por quanto tempo essa linguagem vai se manter no telejornalismo brasileiro e quais os reflexos desse período para os profissionais que estão hoje no mercado.

Se podemos fechar uma reportagem ou até um telejornal inteiro apenas com narrativas simples, linguagem solta sem apego aos padrões, reportagens testemunhais, acabamos por não praticar o exercício do bom texto, da boa escrita, da boa história contada com as palavras certas, no tempo certo, com a emoção necessária. E não podemos esquecer que muitos de nós jornalistas entramos na faculdade motivados por um talento: o de escrever bem.

E será que alcançamos o objetivo de melhorar a comunicação com o telespectador? Na minha opinião, é impossível responder a esta pergunta, neste momento. Ainda estamos vivendo um processo de transformação da linguagem e o resultado dessa mudança – se é que já existe - é apenas momentâneo. Uma resposta mais clara só teremos com o passar do tempo.

#### **A.6. Entrevista com Lucimar Lescano, editora-executiva da TV Morena.**

##### **- Qual a principal mudança na linguagem do telejornal nos últimos anos?**

Entendo que a mudança (ou a busca por ela) passa por dois enfoques que se complementam, a linguagem falada e a linguagem visual e gestual. O texto pede palavras e frases mais coloquiais, informais, que facilitem o entendimento do telespectador; seja ele de uma classe social e intelectual mais simples ou diferenciada. Quanto à linguagem visual, as roupas de repórteres e apresentadores ganharam um estilo mais leve e solto. Os sóbrios ternos e blazers cederam espaço para camisas de mangas curtas e até algumas estampas. No caso dos rapazes, a gravata já não é mais um item indispensável. E vale destacar também os gestos e o posicionamento dos profissionais diante das câmeras. Hoje, apresentadores podem ficar mais soltos na bancada, com movimentos mais livres das mãos. E, na rua, os repórteres se permitem andar e, em alguns momentos, desviar o olhar da câmera enquanto falam. Isso tudo promove uma nova percepção sobre a divulgação da notícia, e, conseqüentemente, a

aproximação com o telespectador; além do sentimento de que somos pessoas comuns, conversando com pessoas comuns.

**- O que esperam dos repórteres neste momento em que a linguagem deve estar mais próxima da realidade de todos telespectadores?**

Como nosso trabalho é em equipe, esperamos, não só dos repórteres, mas de todos envolvidos na produção da notícia, uma postura coerente com essa nova realidade, uma sintonia no desempenho de cada um, tendo o cuidado de não parecer algo forçado; afinal, a naturalidade também é fundamental nesse processo.

**- Quais são as principais dificuldades?**

É alinhar as ideias para que todos respeitem alguns limites impostos por essa nova linguagem. Ser coloquial, sem desprezar as regras do bom português; ter um bom texto, com frases diretas, sem uso de chavões. E, vale reforçar, ter naturalidade ao 'conversar' com o telespectador. Eu sempre digo aos meus colegas: conte a notícia como se estivessem numa roda de amigos, para que todos compreendam suas ideias e raciocínio.

**- Como os profissionais dão conta desse novo jeito de transmitir a notícia?**

É um aprendizado. Ainda estamos buscando os formatos que melhor se enquadram à equipe e estrutura de trabalho. Às vezes, uma coisa ou outra não agrada ao telespectador nem a nós mesmos; e o retorno é imediato.

**- Qual o perfil do profissional que geralmente tem mais dificuldade para mudar a linguagem ou o jeito de transmitir a notícia?**

Depende do estilo de cada um, e isso também deve ser respeitado. Uns têm uma tranquilidade maior para mudar, ousar; outros preferem não se arriscar muito. O tempo é parceiro nesse processo.

**- Se o objetivo é ter uma aproximação maior com o telespectador, essa mudança na linguagem está surtindo efeito? Como percebe isso?**

O efeito disso pode-se perceber de algumas maneiras, entre elas, o contato direto que o telespectador estabelece conosco por meio da internet. Os comentários virtuais e o “fale conosco” são o reflexo dessa aproximação. Muitos telespectadores fazem

sugestões de reportagens, críticas e elogios, demonstrando que estão atentos ao nosso trabalho e à possibilidade de interação com a equipe.

#### **A.7. Entrevista com Cláudia Gaigher, repórter de rede da TV Morena.**

##### **- Qual a principal mudança na linguagem do telejornal nos últimos anos?**

A tentativa de aproximar o público dos fatos. Fazer com que o telespectador se sinta parte do que está sendo mostrado. O jeito de o repórter falar ajuda a levar a pessoa que está em casa para o local da notícia. O formato das imagens também tem cumprido esse papel. Gravações em plano sequência, onde não existe muita edição, trazem a quem assiste a impressão de estar lá na hora da gravação. Dá também mais credibilidade por não ter cortes de edição. O telespectador gosta disso, de ver os detalhes e tirar as suas conclusões. Antes, as reportagens seguiam muito o modelo OFF + SONORA + OFF + PASSAGEM + SONORA. Esse padrão serviu para formar uma geração de profissionais na televisão que estão também construindo o avanço que é hoje fazer as reportagens sem seguir modelos de texto ou edição. O importante é ser o mais real possível.

##### **- Como repórter, como deixar a linguagem mais próxima da realidade de todos os telespectadores?**

Cada profissional tem uma particularidade e um jeito próprio de falar e passar a notícia. Eu gosto de conversar. Para mim, a pessoa que me assiste em casa é alguém conhecido que quer saber as notícias do dia de um jeito claro, objetivo e informativo. Sempre parto do princípio que estou contando uma história que tem de ter começo, meio e fim. Não pode ser só um relato superficial. Busco, por trás de cada envolvido, um olhar pessoal, situações que levaram aquelas pessoas aquele momento noticiado. A vida é assim, um emaranhado de situações que em um certo instante geram um fato. É preciso entender o fato e o que levou aquele momento para assim conseguir passar a notícia completa.

##### **- Quais são as principais dificuldades?**

O difícil é a pessoa querer se abrir. Para isso é preciso conquistar a confiança do nosso entrevistado dizendo sempre com respeito e veracidade o que está sendo feito, qual o teor da reportagem. Em tempos em que as notícias são divulgadas quase em tempo real, onde todos têm acesso a diferentes meios de comunicação, estar diante de

alguém que está diretamente ligado ao fato nos obriga a buscar o diferencial. O diferente é ouvir de cada pessoa envolvida, a sua impressão, os seus fatos, deixar que as pessoas contem as notícias.

**- Hoje você prefere a nova linguagem?**

Eu sempre trabalhei assim: conversando com quem me assiste. Não tive dificuldades em me adaptar porque sempre acreditei que somos contadores de histórias. Testemunhas de fatos que precisam levar essas informações o mais rápido e o mais correto possível para os telespectadores.

**- Há medo de ousar, já que com essa nova linguagem, já não há mais uma regra para o fechamento do telejornal, apresentação e reportagem?**

Não existe medo se o profissional trabalha com responsabilidade. É fundamental o cuidado com a apuração dos fatos para não errar passando informações incompletas ou incorretas. É sempre imprescindível ouvir especialistas, envolvidos e também buscar as informações oficiais. O cuidado na edição também é importante porque uma entrevista mal editada, um corte de texto pode alterar todo o conteúdo da reportagem.

**- Qual o perfil do profissional que geralmente tem mais dificuldade para mudar a linguagem ou o jeito de transmitir a notícia?**

Eu acredito que é mais difícil para quem ainda não consegue ser espontâneo. Dominar a informação traz segurança, por isso é tão importante a pesquisa e o estudo do assunto antes de ir para a rua fazer a reportagem. Quando você domina a informação, conseguiu reunir a maior quantidade possível de fatos para compor a reportagem, assim é mais fácil construir o texto e menores as chances de errar.

**- Se o objetivo é ter uma aproximação maior com o telespectador, essa mudança na linguagem está surtindo efeito? Como percebe isso?**

A resposta do telespectador é direta. Se ele entende o que é dito nas reportagens, ele assiste e confia naquele telejornal, naquele profissional. Hoje a interação é muito maior. As pessoas ligam sugerindo reportagens são fiscais de fatos divulgados ajudando inclusive a manter a vigilância e a redação informada. Temos milhares de produtores espalhados pela cidade. Cada dona de casa que resolve ligar ou mandar um email questionando a reportagem que acabou de ir ao ar, o profissional que liga sugerindo

assuntos, os moradores que informam a redação sobre fatos que estão acontecendo na cidade, em seu bairro ou em sua vida. As pessoas querem se ver na televisão. Elas querem fazer parte desse mundo de notícias e hoje usam inclusive os recursos eletrônicos de gravação de imagens em telefones celulares, em câmeras semiprofissionais ou até amadoras e oferecem a redação imagens de fatos inéditos que tem ajudado inclusive a compor grandes reportagens. Diante disso, fica evidente que a população descobriu como usar o veículo televisão e como fazer parte de todo esse processo de pensar um telejornal.

#### **A.8. Entrevista com Alexandre Cabral, repórter da TV Morena.**

##### **- Qual a principal mudança na linguagem do telejornal nos últimos anos?**

Creio que é a coerência entre o que se fala e o que se entende. Por anos a fio, o telejornal brasileiro tornou-se um professor de língua portuguesa, de uma população que não tinha acesso à educação em massa. Os telejornais falavam com palavras rebuscadas, que não falavam com clareza ao telespectador. Com os jornais voltados à comunidade, a linguagem aplicada para os apresentadores e repórteres mudou por completo, titubeios, tempo de respiração, manias gramaticais da população, gíria são usadas para uma melhor comunicação entre TV e telespectador. As reportagens mais perto da população, ouvindo e falando igual, deram um salto de qualidade e quantidade na TV brasileira. Hoje o telespectador se sente como dono do jornal, como um integrante, porque os profissionais vão falar o que ele quer e da forma que ele se sente melhor em ouvir

##### **- Como repórter, como deixar a linguagem mais próxima da realidade de todos os telespectadores?**

Ouvindo mais, percebendo o que a população quer, deixar as entrevistas fluírem, deixar que o povo fale mais e da maneira dele, guardando sempre a boa língua brasileira. As normas gramaticais não devem ser deixadas de lado, mas fazendo que o telespectador fale mais e interagindo com ele nos seus problemas é a maneira mais fácil de assegurar uma empatia com o público. Respeitá-lo, ouvi-lo e deixá-lo contestar são os caminhos tomados.

##### **- Quais são as principais dificuldades?**

Na adequação da linguagem o que é o mais complicado, como ser simples sem ser simplório, é fazer com que os erros de comunicação falada da população não sejam empregados no dia-a-dia da linguagem jornalística. Temos a incumbência de fazer a tradução das conversas de calçadas, para a linguagem de televisão, afinal nossa audiência é eclética. Falamos para nível superior e para aqueles que não tiveram acesso à escola, portanto, uma saída é ser o mais natural possível, nas laudas, nas reportagens.

**- Hoje você prefere a nova linguagem?**

Sim, sem dúvida é a única forma de chamar a atenção da população.

**- Há medo de ousar, já que com essa nova linguagem, já não há mais uma regra para o fechamento do telejornal, apresentação e reportagem?**

Sim. Na maioria dos meios de comunicação, todos os telejornais ainda buscam uma fórmula que na verdade não existe. Hoje nem mesmo os telejornais exibidos antes das 8 horas da noite ainda são sisudos, pesados, engessados, mesmo tendo audiências diferentes, nos diferentes horários, nunca devemos esquecer que uma boa parte dos espectadores mais assíduos, ouve o jornal pelo rádio ou pelo volume alto da TV, por isso a importância de se deixar bem clara a mensagem a ser repassada. A ousadia nos textos, na forma de apresentação, na desenvoltura do agente comunicador é hoje um desafio para qualquer TV.

**- Qual o perfil do profissional que geralmente tem mais dificuldade para mudar a linguagem ou o jeito de transmitir a notícia?**

Mais ousado, mais leve, com liberdade de expressão, sem ferir, é claro, a linha editorial, nem as regras da empresa, mas com abertura suficiente para alcançar o telespectador. Não usando fórmulas e isso implica uma equipe altamente unida e afinada, porque o apresentador passa a ser um maestro das ações do programa, mudando de acordo com o que a audiência acha mais importante.

**- Se o objetivo é ter uma aproximação maior com o telespectador, essa mudança na linguagem está surtindo efeito? Como percebe isso?**

Pela participação das pessoas, através de sites, de promoções dos jornais, de telefonemas. No envolvimento da população em participar ter seu nome falado na TV. Por muitas vezes as promoções simples como a escolha do nome de um mascote, por

exemplo, pode gerar milhões de ligações telefônicas. Nas conversas nas ruas e nas lembranças das reportagens mais ousadas. Esses são apenas alguns resultados que a nova linguagem proporcionou. Mas é preciso inovar sempre.

#### **A.9. Entrevista com Ginez Cesar, editor-chefe e apresentador do Bom Dia MS da TV Morena.**

##### **- Qual a principal mudança na linguagem do telejornal nos últimos anos?**

Avalio que ainda estamos iniciando e buscando esse "novo" formato na linguagem. O atual modelo de telejornalismo brasileiro ainda está muito alicerçado no modelo norte americano que foi copiado desde o início da TV brasileira. Avalio que ainda temos muitas "amarras" que impedem essa inovação de forma mais rápida na linguagem telejornalística brasileira. E esses "obstáculos" partem dos próprios jornalistas que estão no mercado e também do próprio telespectador, que talvez, não esteja ainda totalmente preparado para essa "revolução" de uma única vez. Então, avalio que isso será feito aos poucos, de forma gradativa, com erros e acertos. Acredito também que o retorno do público vai ser um grande balizador para que se conclua esse novo modelo de noticiar na TV.

##### **- O que esperam dos repórteres neste momento em que a linguagem deve estar mais próxima da realidade de todos os telespectadores?**

A expectativa entre os profissionais é bastante grande. A TV Globo ainda é referência em formatos e novos modelos de jornalismo. No entanto, penso que a adequação do jornalista a essa nova proposta também depende muito do perfil de cada um e também do telejornal. É fato que cada produto jornalístico tem suas características, baseadas no perfil de quem assiste. Dessa forma, tenho certeza de que um "formato ideal" não será empregado para todos os produtos jornalísticos da TV. Cada um terá de encontrar sua evolução...

##### **- Quais são as principais dificuldades?**

Vejo basicamente duas dificuldades. A estrutura das empresas conta muito. Não tem como estabelecer uma nova linguagem textual e visual sem investimentos. É preciso investir pesadamente em videografismo e em estúdios diferenciados. Não se muda uma linguagem jornalística apenas alterando a forma da locução e o perfil do

apresentador. A segunda dificuldade é saber o ponto certo dessa mudança. Esse processo de maturação leva tempo e até atingirmos o modelo mais agradável será preciso errar muito. Exemplo: Será preciso avaliar se o terno ainda é fundamental. A gravata já pode deixar de fazer parte do figurino? Apresentação em pé ou sentado?

**- Como os profissionais dão conta desse novo jeito de transmitir a notícia?**

Cada profissional tem de respeitar seu perfil e ponto. A empresa terá de avaliar qual a viabilidade de cada profissional em cada telejornal. Mas não vejo dificuldades de adequação por parte do profissional jornalista, que vem se atualizando constantemente.

**- Você conseguiu mudar o seu jeito de levar a notícia para o telespectador, de acordo com essa nova linguagem?**

Desde que comecei na profissão sempre tentei conduzir os telejornais de uma forma mais leve, mais coloquial. Penso muito em quem está assistindo e de que forma ele comentaria o assunto em questão. Esse é um exercício que faço diariamente. Porém tenho de me adequar ao perfil do telejornal que apresento atualmente, o Bom Dia MS. Mas gradativamente tenho tentado incorporar novos formatos. Não gosto de muita formalidade, mas é preciso calcular bem a dose.

**-Hoje este profissional prefere a nova linguagem?**

Muitos profissionais gostam e outros veem com mais reserva. Como disse antes, depende muito de cada um. Eu acho mais gostoso, mais próximo do telespectador.

**- Há medo de ousar e cair no ridículo, já que com essa nova linguagem já não há mais uma regra para o fechamento do telejornal, apresentação e reportagem?**

Ainda há temores e incertezas até porque não encontramos ainda o padrão, a forma correta.

**- Qual o perfil do profissional que geralmente tem mais dificuldade para mudar a linguagem ou o jeito de transmitir a notícia?**

Vejo várias possibilidades. O repórter esportivo já conseguiu isso há mais tempo. É mais fácil por conta do assunto, mais leve, descontraído. Mas pra mim o desafio é levar essa coloquialidade e naturalidade para assuntos mais "pesados" como economia e política. Temos de "desburocratizar" e "desmistificar" esses temas na

televisão. Muita gente não se interessa por economia e política pela forma como os assuntos são abordados. Esse é o novo desafio.

**- Se o objetivo é ter uma aproximação maior com o telespectador, essa mudança na linguagem está surtindo efeito? Como percebe isso?**

A população, muitas vezes, ainda não percebe todas as mudanças. O público fica muito atento ao visual, se incomoda e se preocupa com a roupa de quem está apresentando. Mas penso que o segredo e o desafio dessa transformação na linguagem seja justamente mudar sem agredir quem está assistindo. Ou seja, naturalmente e gradativamente, o telespectador vai percebendo que algo está mudando. É preciso recuperar em quem assiste o prazer e o interesse pela notícia. Essa reformulação, se bem conduzida, vai atingir o objetivo sem grandes alardes.

**A.10. Entrevista com Marcos Anelo – apresentador do MS TV, 1ª edição.**

**- Qual o principal foco do MS TV, 1ª edição?**

O MS TV 1ª edição é focado no público da classe C. É a classe que mais cresceu no Brasil nos últimos anos, tornou-se exigente no que se refere a produtos que consome e a notícia é um desses produtos. Temos a preocupação de fazer um jornal factual e leve ao esmo tempo, por isso reportagens policiais são distribuídas ao longo dos quatro blocos. Depois de uma notícia "pesada" procuramos colocar uma reportagem leve, de comportamento, de curiosidade.

**- Vocês estipulam um estilo de linguagem para o telejornal?**

O telejornal também tem a preocupação de transformar o estúdio num puxadinho da sala do telespectador. A linguagem tem de ser a linguagem do dia-a-dia da dona de casa, do trabalhador, tanto é que o bate-papo entre os apresentadores é frequente, afinal quem não comenta uma notícia com o amigo ou com o esposo depois que ela é apresentada?

Temos o desafio diário de passar a notícia por meio de uma conversa, sem, porém, infringir um dos principais conceitos do jornalismo: a imparcialidade.

## ANEXO – Textos de cabeças do MS TV, 1ª edição.

### A.1. Edição 22/11/2011.

Quadro 20. Link Projeto.

<b>REPORTAGEM</b>
<p><b>1.MARCOS ANELO:</b> OLÁ, BOA TARDE PRA VOCÊ.</p>
<p><b>2.MAUREEN MATTIELLO:</b> BOA TARDE</p> <p>A GENTE COMEÇA O MS TV PRIMEIRA EDIÇÃO INDO AO VIVO À CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE ONDE ESTÁ EM VOTAÇÃO UM PROJETO QUE PROÍBE BEBIDA ALCOÓLICA EM VÁRIOS LOCAIS DA CIDADE, ATÉ NAS RUAS, ANELO.</p>
<p><b>3.MARCOS ANELO:</b> É UM PROJETO MUITO POLÊMICO, POR ISSO NÓS VAMOS FALAR COM O ALEXANDRE CABRAL. CABRAL QUAL A SITUAÇÃO DO MOMENTO ?</p>
<p><b>ENTRA LINK</b></p>
<p><b>4.MARCOS ANELO:</b> É, COM CERTEZA, A GENTE VAI ESTAR ACOMPANHANDO. CABRAL, QUALQUER NOVIDADE, CHAMA A GENTE, VOCÊ TEM PRIORIDADE AÍ, PORQUE DURANTE ESTA EDIÇÃO NÓS VAMOS DISCUTIR MAIS ESTE ASSUNTO, NÃO É MAUREEN?</p>
<p><b>5.MAUREEN MATTIELLO:</b> COM CERTEZA!</p>

Quadro 21. MS TV no seu bairro.

<b>ENTREVISTA</b>
<p><b>1.MAUREEN MATTIELLO:</b> E AGORA A GENTE CONVIDA VOCÊ PRA VISITAR UM BAIRRO DE CAMPO GRANDE - HOJE É DIA DE MS TV NO SEU BAIRRO – E É UM LUGAR ANTIGO. ALGUNS MORADORES ATÉ CONTAM QUE QUANDO CHEGARAM LÁ TINHA QUASE SÓ MATO. MAS HOJE TEM ATÉ UM GRANDE GINÁSIO PERTO, LOCAL DE MUITOS EVENTOS ESPORTIVOS.</p>
<p><b>2.MARCOS ANELO:</b> É UM BAIRRO MUITO CONHECIDO EM CAMPO GRANDE, NÉ? E, ALIÁS, OS MORADORES TAMBÉM DIZEM, MAUREEN, QUE LÁ MORAVA SABE O QUÊ? UMA BRUXA!</p>
<p><b>SEGUE REPORTAGEM</b></p>
<p><b>3.MARCOS ANELO:</b> EU, HEIN, MAUREEN, VOCÊ ACREDITA NESSA BRUXA, AÍ?</p>
<p><b>4.MAUREEN MATTIELLO:</b> É MELHOR NÃO DUVIDAR, JÁ QUE TODO MUNDO FALA!</p>
<p><b>5.MARCOS ANELO:</b> É, PORQUE SUPERSTIÇÃO NÃO É CIENTÍFICO, MAS, DE VEZ EM QUANDO, FUNCIONA (RISOS).</p> <p>SOBRE A REVITALIZAÇÃO DA PRAÇA NO JARDIM JACY, A ASSESSORIA DE IMPRENSA DA PREFEITURA INFORMOU QUE PARA ESTE ANO O BAIRRO NÃO ESTÁ NO CRONOGRAMA DE OBRAS.</p>
<p><b>6.MAUREEN MATTIELLO:</b> PARA O ANO QUE VEM, SEGUNDO A ASSESSORIA, A PREFEITURA AINDA DEPENDE DA APROVAÇÃO DO ORÇAMENTO PARA SABER QUAIS BAIRROS VÃO ESTAR NO CRONOGRAMA DE REVITALIZAÇÃO DE PRAÇAS PÚBLICAS.</p>
<p><b>RODA VINHETA VOCÊ E O TRÂNSITO</b></p>

Quadro 22. Interdição Avenida.

<b>NOTÍCIA</b>
<p><b>1.MARCOS ANELO:</b> A GENTE VAI PASSAR AGORA UM SERVIÇO, MAUREEN, PRINCIPALMENTE PARA OS MOTORISTAS, PORQUE TEM UMA NOVA INTERDIÇÃO NA AVENIDA AFONSO PENA, EM CAMPO GRANDE. A GENTE SABE QUE A AVENIDA ESTÁ SENDO TODA RECAPEADA E POR CAUSA DESSA OBRA TEM ALGUNS TRANSTORNOS</p>

PARA OS MOTORISTAS.

**RODA IMAGEM**

HOJE O TRECHO INTERDITADO FICA ENTRE AS RUAS ESPÍRITO SANTO. VOCÊ VÊ AÍ NO MAPA, COM O AUXÍLIO DO MAPA FICA MAIS CLARO PRA PERCEBER A INTERDIÇÃO E DAQUI A POUCO A MAUREEN FALA SOBRE AS ROTAS ALTERNATIVAS. BOM, INTERDIÇÃO ENTRE AS RUAS ESPÍRITO SANTO E ALAGOAS E A PREVISÃO SÃO DE DOIS DIAS DE OBRAS, PORTANTO, DOIS DIAS DE INTERDIÇÃO.

**2.MAUREEN MATTIELLO:** É...ISSO VAI VARIAR TAMBÉM DE ACORDO COM A CHUVA. A INTERDIÇÃO PODE SER CANCELADA, PORQUE SE HOVER MUITA CHUVA NÃO É POSSÍVEL FAZER TODAS AS OBRAS. MAS FICA O RECADO. E AS ROTAS ALTERNATIVAS, NESTE CASO, SÃO A AVENIDA RICARDO BRANDÃO, RUA SETE DE SETEMBRO, RUA DA PAZ, RUA EUCLIDES DA CUNHA E TAMBÉM A ANTÔNIA MARIA COELHO.

Quadro 23. Entrevista Projeto.

**ENTREVISTA**

**1.MAUREEN MATTIELLO:** HOJE ESTÁ SENDO VOTADO EM CAMPO GRANDE, UM PROJETO DE LEI QUE PREVINE RESTRIÇÃO PRA VENDA E CONSUMO DE BEBIDAS ALCÓOLICAS EM CAMPO GRANDE, POR ISSO A GENTE VAI CONVERSAR COM O PROMOTOR DE JUSTIÇA SÉRGIO HARFOUCHE, QUE TAMBÉM É PRESIDENTE DO CONSELHO ESTADUAL ANTIDROGAS. OBRIGADA PELA PRESENÇA!

PROMOTOR, A GENTE COMEÇA PERGUNTANDO: O SENHOR É CONTRA OU A FAVOR DESSE PROJETO E POR QUÊ?

**SEGUE ENTREVISTA** (DIVIDIDA COM ENTRADA AO VIVO DO REPÓRTER NA CÂMARA DE VEREADORES, ONDE ESTÁ SENDO VOTADO PROJETO).

Quadro 24. Link Matrícula Estadual.

**ENTREVISTA**

**1.MAUREEN MATTIELLO:** COMEÇOU HOJE A PRÉ-INSCRIÇÃO PARA A MATRÍCULA NA REDE ESTADUAL DE ENSINO. VAMOS FALAR COM O ALEXANDRE CABRAL?

**2.MARCOS ANELO:** VAMOS LÁ! COMO FUNCIONA A PRÉ-INSCRIÇÃO ?

**SEGUE LINK**

Quadro 25. Leitura Hábito.

**REPORTAGEM**

**1.MARCOS ANELO:** E COMO NÓS ESTAMOS FALANDO DE EDUCAÇÃO, MAUREEN, HOJE, VINTE E DOIS DE NOVEMBRO É DIA DO LIVRO. COMO ESTÁ A SUA LEITURA, ESTÁ EM DIA?

**2.MAUREEN MATTIELLO:** ESTÁ EM DIA, ANELO, MAS A AGENTE SEMPRE PENSA QUE DÁ PRA LER MAIS, NÉ? A GENTE SEMPRE QUER LER MAIS.

AGORA, NESSA ERA DIGITAL, TEM GENTE QUE SE PERGUNTA: SERÁ QUE UM DIA O LIVRO DE PAPEL VAI ACABAR?

**3.MARCOS ANELO:** POIS É, EU JÁ FIZ ATÉ REPORTAGEM DE PESSOAS QUE LEEM LIVRO NO CELULAR, NÉ? DÁ PRA VOCÊ ARMAZENAR ALI ATÉ 1500 LIVROS. É UMA LOUCURA!

**4.MAUREEN MATTIELLO:** MAS, OLHA, MESMO COM TANTA TECNOLOGIA E COM TANTA COISA DISPONÍVEL NA INTERNET, O QUE OS DONOS DE LIVRARIAS, ATÉ DE LIVROS ANTIGOS ACREDITAM? QUE A INTERNET É UMA ALIADA.

Quadro 26. Álcool Balanço.

**REPORTAGEM**

**1.MARCOS ANELO:** O MS TV MOSTRA AGORA UMA REPORTAGEM SOBRE COMO SE COMPORTA O JOVEM DEPOIS DE PROVAVELMENTE TER CONSUMIDO BEBIDA

ALCOÓLICA NA RUA.

**2.MAUREEN MATTIELLO:** A NOSSA EQUIPE FOI CONFERIR A OPINIÃO DA POPULAÇÃO, DE MORADORES QUE VIVEM PERTO DE CONVENIÊNCIAS ONDE MUITOS JOVENS FICAM DURANTE A MADRUGADA CONSUMINDO ÁLCOOL.

Quadro 27. Encerramento.

**NOTA**

**1.MAUREEN MATTIELLO:** NÓS FICAMOS POR AQUI. MAIS INFORMAÇÕES NO NOSSO SITE, NO MS NOTÍCIA, E NO MS TV SEGUNDA EDIÇÃO. BOA TARDE E ATÉ AMANHÃ!

**2.MARCOS ANELO:** BOA TARDE! ATÉ AMANHÃ!

## A.2. Edição 23/11/2011.

Quadro 28. Link Gaeco.

**ENTREVISTA**

**1.MARCOS ANELO:** OLÁ! BOA TARDE PRA VOCÊ!

**2.MAUREEN MATTIELLO:** BOA TARDE!

A GENTE COMEÇA ESTA EDIÇÃO COM A NOTÍCIA E OS DETALHES DA PRISÃO DE UM DOS MAIORES CONTRABANDISTAS DE CIGARROS DO PAÍS.

**3.MARCOS ANELO:** VAMOS AO VIVO COM OSVALDO NÓBREGA QUE ESTÁ EM FRENTE AO GAECO - GRUPO DE ATUAÇÃO ESPECIAL DE REPRESSÃO AO CRIME ORGANIZADO. OSVALDO, QUANTAS PESSOAS FORAM PRESAS NA OPERAÇÃO BATIZADA DE ALVORADA VORAZ?

Quadro 29. Prisão Alvorada.

**NOTÍCIA**

**1.MAUREEN MATTIELLO:** NO MÊS PASSADO, NÓS MOSTRAMOS UMA APREENSÃO DE CIGARROS QUE, SEGUNDO AS INVESTIGAÇÕES, PERTENCIA AO CONTRABANDISTA POLACO.

**2.MARCOS ANELO:** A APREENSÃO FOI FEITA PELA POLÍCIA RODOVIÁRIA FEDERAL NO DIA 19 DE OUTUBRO.

***RODA IMAGEM***

ERA UM VOO DE ROTINA QUE OS POLICIAIS REALIZAVAM SOBRE O RIO APA - NA FRONTEIRA DO BRASIL COM O PARAGUAI - QUANDO A TRIPULAÇÃO VISUALIZOU A ESTRUTURA DOS CONTRABANDISTAS.

VÁRIAS CONSTRUÇÕES NO MEIO DA MATA E DOIS VEÍCULOS ESTACIONADOS NA MARGEM DO RIO. AO POUSAR, A EQUIPE CONSTATOU QUE O LOCAL SE TRATAVA DE UM ENTREPOSTO PARA CARREGAMENTO DE CARRETAS.

A MERCADORIA ERA ACOMODADA EM CAIXAS E COBERTA COM UMA LONA PRETA PARA NÃO CHAMAR ATENÇÃO. FORAM APREENDIDAS 845 CAIXAS DE CIGARRO. NO LOCAL TINHA AINDA UM ALOJAMENTO COM MANTIMENTOS PARA APROXIMADAMENTE DEZ PESSOAS.

ALÉM DOS CARROS, TAMBÉM FORAM APREENDIDAS DUAS ARMAS E MUNIÇÃO. A POLÍCIA PRECISOU DO APOIO DO EXÉRCITO, QUE CEDEU TRÊS CAMINHÕES PARA RETIRAR A CARGA DA FLORESTA.

Quadro 30. Fantástico Polaco.

**REPORTAGEM**

**1.MAUREEN MATTIELLO:** EM JUNHO DESTA ANO O HISTÓRICO DO CONTRABANDISTA ALCIDES CARLOS GREIJANIN FOI MOSTRADO NO FANTÁSTICO, NUMA REPORTAGEM FEITA PELOS REPÓRTERES EDSON FERRAZ E WILSON BISOL. VAMOS REVER UM TRECHO.

Quadro 31. Briga Bar.

**REPORTAGEM**

**1.MARCOS ANELO:** UM SOLDADO DA POLÍCIA MILITAR FOI INDICIADO POR HOMICÍDIO DOLOSO, COM A INTENÇÃO DE MATAR E TENTATIVA DE HOMICÍDIO DEPOIS DE UMA BRIGA EM UMA BOATE DA CAPITAL.

**2.MAUREEN MATTIELLO:** SEGUNDO AS INVESTIGAÇÕES, UMA PESSOA MORREU E OUTRAS DUAS FICARAM FERIDAS NA BRIGA.

**SEGUE REPORTAGEM**

**3.MARCOS ANELO:** AINDA DE ACORDO COM A DELEGADA, O PM - PEDRO DE AMARAL FILHO, DE VINTE E SEIS ANOS, CHEGOU A SER FERIDO COM GOLPES DE FACÃO. ELE JÁ ESTÁ NO PRESÍDIO MILITAR.

**4.MAUREEN MATTIELLO:** E SEGUNDO A ASSESSORIA DA POLÍCIA MILITAR, SERÃO INSTAURADOS PROCEDIMENTOS ADMINISTRATIVOS PARA AVERIGUAR O CASO.

Quadro 32. Lei Bebida.

**REPORTAGEM**

**1.MARCOS ANELO:** MAUREEN, VAMOS FALAR AGORA DA LEI APROVADA NESSA TERÇA-FEIRA NA CÂMARA MUNICIPAL, APROVADA NA PARTE DA TARDE...A LEI PROÍBE O CONSUMO E A VENDA DE BEBIDA ALCÓOLICA EM VÁRIOS LOCAIS DE CAMPO GRANDE.

**2.MAUREEN MATTIELLO:** POIS É, UMA TENTATIVA DE EVITAR AQUELA AGLOMERAÇÃO DE PESSOAS NAS RUAS, EM FRENTE A CONVENIÊNCIAS EM POSTOS DE COMBUSTÍVEIS. E A NOSSA EQUIPE CONTINUA ACOMPANHANDO ESTE CASO.

Quadro 33. Entrevista Prefeito.

**ENTREVISTA**

**1.MARCOS ANELO:** MAUREEN, NÓS VIMOS NA REPORTAGEM QUE A LEI FOI VOTADA, FOI APROVADA PELA CÂMARA MUNICIPAL, MAS COMO QUALQUER LEI, ELA DEVE SER SANCIONADA PELO PREFEITO PARA ENTRAR EM VIGOR. SANCIONAR É O QUÊ? É ASSINAR EMBAIXO!

**2.MAUREEN MATTIELLO:** É...PRA SER SANCIONADA, REGULAMENTADA PRA COMEÇAR A VALER MESMO! VAMOS OUVIR, ENTÃO, O QUE O PREFEITO DE CAMPO GRANDE, NELSON TRAD FILHO, DISSE SOBRE ESTA LEI.

Quadro 34. Link PM.

**ENTREVISTA**

**MARCOS ANELO:** E VAMOS AO VIVO COM RODRIGO GRANDO PARA SABER O QUE PENSA A POLÍCIA MILITAR SOBRE A LEI. RODRIGO!

Quadro 35. Entrevista Promotor.

**ENTREVISTA**

**MAUREEN MATTIELLO:** E A GENTE ESTÁ AQUI COM O PROMOTOR SÉRGIO HARFOUCHE QUE ONTEM ACOMPANHOU A VOTAÇÃO DESTA PROJETO JUNTO COM A

GENTE NO MS TV, PRIMEIRA EDIÇÃO, NA CÂMARA MUNICIPAL. OBRIGADA PELA PRESENÇA.

COMO O SENHOR ANALISA A APROVAÇÃO DA LEI?

Quadro 36. Regras Energia.

**ENTREVISTA**

**MAUREEN MATTIELLO:** A AGÊNCIA NACIONAL DE ENERGIA ELÉTRICA APROVOU UM NOVO SISTEMA DE COBRANÇA DE TARIFA. VAMOS VOLTAR COM RODRIGO GRANDO. O QUE VAI MUDAR RODRIGO?

**SEGUE LINK**

Quadro 37. Esporte.

**ENTREVISTA**

**MAUREEN MATTIELLO:** É...O NOSSO ASSUNTO AGORA É ESPORTE! CAMILA DIB ESTÁ AQUI COM A GENTE. QUAIS SÃO OS DESTAQUES DO ESPORTE DO FIM DE SEMANA?

**SEGUE ENTREVISTA**

Quadro 38. Mapa Tempo.

**INDICADOR**

**MAUREEN MATTIELLO:** VAMOS VER IMAGENS AO VIVO DE CAMPO GRANDE. NESTE MOMENTO, OS TERMÔMETROS REGISTRAM TRINTA GRAUS AQUI, NA CAPITAL, ONDE A TARDE DEVE SER DE CÉU CLARO E PREDOMÍNIO DE SOL.

**SEGUE IMAGEM**

Quadro 39. Prêmio Tv Globo.

**INDICADOR**

**1.MARCOS ANELO:** UMA PRODUÇÃO CONJUNTA DA TV GLOBO COM A TV MORENA GANHOU, NESTA TERÇA-FEIRA À NOITE, O PRÊMIO EMBRATEL DE JORNALISMO INVESTIGATIVO.

**ENTRA IMAGEM**

A SÉRIE DE REPORTAGENS 'FRONTEIRAS ESCANCARADAS' FOI AO AR EM MAIO DESTA ANO NO JORNAL NACIONAL. A SÉRIE DESTACOU A FRAGILIDADE DA FRONTEIRA SECA COM O PARAGUAI E COM A BOLÍVIA. O REPÓRTER CÉSAR TRALLI MOSTROU A FALSIFICAÇÃO DE SELOS DO INMETRO QUE SÃO USADOS EM CAPACETES E CADEIRINHAS DE BEBÊS NA CIDADE PARAGUAIA DE PEDRO JUAN CABALLERO. JÁ NA CIDADE DE PORTO QUIJARRO, NA BOLÍVIA, O DESTAQUE FOI A FACILITAÇÃO DO CONTRABANDO E DO TRÁFICO DE DROGAS.

**2.MAUREEN MATTIELLO:** E A SÉRIE ECOREDE - UMA PRODUÇÃO DA REDE MATO-GROSSENSE DE TELEVISÃO - FICOU ENTRE OS CINCO MELHORES TRABALHOS DO PAÍS NA CATEGORIA TELEVISÃO NO PRÊMIO ALLIANZ DE JORNALISMO.

**ENTRA IMAGEM**

A SÉRIE FOI EXIBIDA NO MÊS DE MAIO E MOSTROU OS POTENCIAIS DO MEIO-AMBIENTE NOS ESTADOS DE MATO GROSSO DO SUL E MATO GROSSO. AS REPORTAGENS TAMBÉM ABORDARAM OS DESAFIOS PARA EVITAR A DEGRADAÇÃO AMBIENTAL.

Quadro 40. Encerramento.

<b>NOTA</b>
<b>1.MAUREEN MATTIELLO:</b> NÓS FICAMOS POR AQUI, MAIS INFORMAÇÕES NO NOSSO SITE, NO MS NOTÍCIA, E NO MSTV SEGUNDA EDIÇÃO. BOA TARDE E ATÉ AMANHÃ!
<b>2.MARCOS ANELO:</b> BOA TARDE E ATÉ AMANHÃ!

### A.3. Edição 24/11/2011.

Quadro 41. Entrevista Contrabando.

<b>ENTREVISTA</b>
<b>1.MARCOS ANELO:</b> OLÁ, BOM DIA PRA VOCÊ.
<b>2.MAUREEN MATTIELLO:</b> OLÁ! A GENTE COMEÇA A EDIÇÃO DE HOJE COM O COMANDANTE GERAL DA POLÍCIA MILITAR EM MATO GROSSO DO SUL, CORONEL CARLOS ALBERTO DAVID DOS SANTOS AQUI NO ESTÚDIO. OBRIGADA CORONEL, PELA PRESENÇA. CORONEL, O NOSSO ASSUNTO É A SUSPEITA DE ENVOLVIMENTO DE POLICIAIS NO CONTRABANDO DE CIGARROS:
<i><b>ENTRA IMAGEM</b></i>
ONTEM, FOI PRESO O FAZENDEIRO ALCIDES CARLOS GREIJANIN, CONHECIDO COMO POLACO, ELE É CONSIDERADO O MAIOR CONTRABANDISTA DE CIGARROS DO PAÍS. DESDE O MÊS PASSADO 29 POLICIAIS FORAM PRESOS SUSPEITOS DE RECEBER PROPINA PARA FACILITAR A PASSAGEM DE CARRETAS COM MERCADORIA ILEGAL. OS POLICIAIS CONFESSARAM A PRÁTICA DO CRIME?
<i><b>SEGUE ENTREVISTA</b></i>

Quadro 42. Você e o Trânsito.

<b>REPORTAGEM</b>
<b>1.MARCOS ANELO:</b> A POLÍCIA VAI INDICIAR OS PAIS DO JOVEM DE QUINZE ANOS QUE DIRIGIA O CARRO QUE CAPOTOU NO FIM DE SEMANA EM CAMPO GRANDE E CAUSOU A MORTE DE UMA PESSOA.
<b>2.MAUREEN MATTIELLO:</b> POIS É, ANELO! HOJE, NESTE MESMO TRECHO DA BR-262, QUASE ACONTECEU OUTRA TRAGÉDIA.

Quadro 43. Campanha Pedestre.

<b>REPORTAGEM</b>
<b>1.MARCOS ANELO:</b> E A GENTE CONTINUA FALANDO SOBRE TRÂNSITO, MAUREEN. VAMOS FALAR AGORA DE CONSCIENTIZAÇÃO? HÁ DUAS SEMANAS AS EQUIPES DE TRÂNSITO ESTÃO NAS RUAS DA CAPITAL PARA TENTAR FAZER COM QUE PEDESTRES ATRAVESSEM NO LUGAR CERTO E QUE OS CONDUTORES DEEM PREFERÊNCIA PARA QUEM ESTÁ A PÉ.
<b>2.MAUREEN MATTIELLO:</b> POIS É, A NOSSA EQUIPE, HOJE DE MANHÃ, FOI VER COMO ESTA ESSA CAMPANHA PARA HARMONIZAR O TRÂNSITO E TAMBÉM CONFERIR COMO PEDESTRES E CONDUTORES ESTÃO SE COMPORTANDO DIANTE DAS ORIENTAÇÕES.

Quadro 44. Campanha Trânsito.

<b>ENTREVISTA</b>
-------------------

**1.MARCOS ANELO:** OLHA, MAUREEN, O QUE O MÁRCIO MOUREIRA DISSE ALI NA REPORTAGEM. ELE É MOTORISTA, ENCARREGADO DE AGÊNCIA, DISSE QUE TODOS NÓS SOMOS PEDESTRES. E, DE FATO, NÉ? ELE RESUMIU BEM, PORQUE NÓS TEMOS DUAS PERNAS, QUER DIZER, A GENTE NÃO FICA DE CARRO O DIA TODO, NÉ?

**2.MAUREEN MATTIELLO:** É VERDADE, ESTÁ TODO MUNDO ATRAVESSANDO A RUA O TEMPO TODO. ESTACIONOU O CARRO, TEM DE DESCER. TODO MUNDO TEM DE RESPEITAR O DIREITO DE UM E O DIREITO DO OUTRO. AGORA, VAMOS FALAR COM A PRISCILA SAMPAIO. HORÁRIO DE ALMOÇO, MUITA GENTE INDO E VOLTANDO PRA CASA, PARA O TRABALHO. COMO SERÁ QUE ESTÁ NA RUA AGORA?

**3.MARCOS ANELO:** VAMOS LÁ, A UM DOS LOCAIS ONDE ESTÁ SENDO REALIZADA A CAMPANHA. PRISCILA SAMPAIO, ONDE VOCÊ ESTÁ?

**SEGUE LINK**

Quadro 45. Ciptran Campanha.

#### **ENTREVISTA**

**1.MARCOS ANELO:** NÓS ESTAMOS AQUI COM A ELIZABEH FÉLIX QUE É DIRETORA DE EDUCAÇÃO E HABILITAÇÃO DO DETRAN. PRIMEIRO EU GOSTARIA DE AGRADECER, PORQUE A SENHORA INTERROMPEU AS FÉRIAS PARA ATENDER AO NOSSO PEDIDO DE ESTAR AQUI. ENTÃO, FOI MUITA CORDIALIDADE, MUITO OBRIGADO! E EU QUERIA SABER DA SENHORA O SEGUINTE: QUANTO TEMPO A SENHORA ACHA NECESSÁRIO PARA ESSA MUDANÇA DE HÁBITO, OU SEJA, O MOTORISTA PARAR QUANDO O PEDESTRE PISAR NA FAIXA, MESMO SEM SEMÁFORO?

**SEGUE ENTREVISTA**

Quadro 46. Semáforos Trânsito.

#### **REPORTAGEM**

**1.MARCOS ANELO:** EU VOU CONVIDÁ-LA PRA ASSISTIR COM A GENTE A PRÓXIMA REPORTAGEM. É QUE A AGETRAN TAMBÉM INSTALOU EM CAMPO GRANDE PLACAS COM HOMENAGENS ÀS PESSOAS QUE MORRERAM NOS CRUZAMENTOS COM SEMÁFORO.

**2.MAUREEN MATTIELLO:** E O OBJETIVO É ALERTAR OS MOTORISTA E REFORÇAR A IMPORTÂNCIA DE UMA BOA CONDUTA.

Quadro 47. Audiência Aborto.

#### **NOTÍCIA**

**1.MARCOS ANELO:** HOJE SERÁ A PRIMEIRA AUDIÊNCIA DO CASO MARIELLY. ESTÁ MARCADA PARA ÀS QUATRO E MEIA DA TARDE, NO FÓRUM DE SIDROLÂNDIA, CIDADE A SESSENTA QUILOMETROS DE CAMPO GRANDE. SERÃO OUVIDAS APENAS AS TESTEMUNHAS DE ACUSAÇÃO QUE MORAM NA CIDADE.

**ENTRA IMAGEM**

**2.MAUREEN MATTIELLO:** O ENFERMEIRO JODIMAR XIMENES ESTÁ PRESO DESDE O DIA TREZE DE JULHO EM SIDROLÂNDIA E FOI INTIMADO A COMPARECER NO JULGAMENTO. AS INVESTIGAÇÕES APONTARAM QUE ELE TERIA FEITO O ABORTO NA ESTUDANTE. POR TELEFONE, NÓS TENTAMOS FALAR COM O ADVOGADO DE JODIMAR, MAS NÃO CONSEGUIMOS O CONTATO.

**VOLTA ESTÚDIO**

JODIMAR E O CUNHADO DA JOVEM - SÃO ACUSADOS POR PRÁTICA DE ABORTO CONSENTIDO, QUALIFICADO PELA MORTE DA GESTANTE E TAMBÉM PELA OCULTAÇÃO

DO CADÁVER..

**ENTRA IMAGEM**

HUGLEICE SILVA, CUNHADO DE MARIELLY CHEGOU A FICAR PRESO POR DOIS MESES, MAS TEVE O PEDIDO DE LIBERDADE ACEITO PELA JUSTIÇA E FOI SOLTO. DE ACORDO COM O ADVOGADO DELE, JOSÉ ROBERTO RODRIGUES DA ROSA, HUGLEICE NÃO IRÁ A AUDIÊNCIA DE HOJE. O ADVOGADO DISSE AINDA QUE HUGLEICE CONFESSA TER TIDO UM RELACIONAMENTO COM MARIELLY, MAS NEGA QUE A JOVEM ESTIVESSE GRÁVIDA DELE. AINDA SEGUNDO O ADVOGADO, HUGLEICE AFIRMA APENAS TER FEITO CONTATO COM O ENFERMEIRO E LEVADO A JOVEM PARA FAZER O ABORTO.

**VOLTA ESTÚDIO**

O CASO SERÁ JULGADO NA COMARCA DE SIDROLÂNDIA, PELA JUÍZA SILVIA ELIANE TEDARDI DA SILVA. FOI UMA HISTÓRIA QUE CHOCOU A POPULAÇÃO NESTE ANO.

**ENTRA IMAGEM**

NO INÍCIO A POLÍCIA TRATOU O CASO COMO DESAPARECIMENTO./ MAS AS INVESTIGAÇÕES APONTARAM QUE A ESTUDANTE MARIELLY BARBOSA RODRIGUES, DE DEZENOVE ANOS MORREU EM DECORRÊNCIA DE UM ABORTO MAL SUCEDIDO. O CORPO DA JOVEM FOI ENCONTRADO NO DIA ONZE DE JUNHO, EM UM CANAVIAL, PERTO DA RODOVIA, A CERCA DE TRINTA QUILOMETROS DE SIDROLÂNDIA.

Quadro 48. Sequestro Relâmpago.

**NOTA**

**1.MAUREEN MATTIELLO:** UM JOVEM DE VINTE E TRÊS ANOS TEVE O CARRO ROUBADO E AINDA FOI AGREDIDO PELOS LADRÕES NESTA MADRUGADA EM CAMPO GRANDE. SEGUNDO A POLÍCIA, A VÍTIMA ESTAVA COM OS VIDROS DO CARRO ABERTOS QUANDO PAROU NUM SEMÁFORO NA AVENIDA ERNESTO GEISEL NO BAIRRO GUANANDI. O RAPAZ FOI ABORDADO POR QUATRO BANDIDOS QUE ENTRARAM NO CARRO. O JOVEM FOI LEVADO ATÉ UM RIACHO ONDE FOI AMARRADO E AGREDIDO A SOCOS E CHUTES. ASSIM QUE OS LADRÕES FUGIRAM COM O CARRO, ELE CONSEGUIU SE DESAMARRAR E BUSCAR AJUDA.

Quadro 49. Esporte Comentários.

**ENTREVISTA**

**1.MARCOS ANELO:** ESTAMOS RECEBENDO A CAMILA, PORQUE DEPOIS DO MS TV, TEM O GLOBO ESPORTE.

**2.MAUREEN MATTIELLO:** É VERDADE, QUAL O DESTAQUE DE HOJE?

Quadro 50. Ruas Bairro.

**REPORTAGEM**

**1. MAUREEN MATTIELLO:** E MORADORES DO JARDIM COLÚMBIA, NA SAÍDA DE CAMPO GRANDE PARA CUIABÁ, ESTÃO COM UM PROBLEMA DANADO. RUAS SEM ASFALTO, ESBURACADAS E COM ENORMES VALAS.

**2.MARCOS ANELO:** É QUASE IMPOSSÍVEL PASSAR DE CARRO EM ALGUMAS DELAS.

Quadro 51. Resultado Bairro.

**NOTÍCIA**

**1.MARCOS ANELO:** E OLHA, A ASSESSORIA DE IMPRENSA DA PREFEITURA INFORMOU QUE AGORA O CASCALHAMENTO NÃO É VIÁVEL, POIS É DIFÍCIL BUSCAR O CASCALHO, QUE FICA EM UM LOCAL LONGE DA CIDADE.

**2.MAUREEN MATTIELLO:** E NÃO HÁ PREVISÃO DE ASFALTO PARA O JARDIM

COLÚMBIA. PELO MENOS A BOA NOTÍCIA É QUE NÃO DEVE CHOVER HOJE NO JARDIM COLUMBIA. VOCÊ VÊ IMAGENS AO VIVO DO CÉU EM CAMPO GRANDE. POUCAS NUVENS NO CÉU E NÃO HÁ PREVISÃO DE CHUVA, AGORA FAZ 28 GRAUS E A MÁXIMA CHEGA AOS 35 GRAUS.

Quadro 52. Cozinha Popular.

**REPORTAGEM**

**1. MAUREEN MATTIELLO:** NO QUADRO COZINHA POPULAR DESTA SEMANA, TEM UMA RECEITA BEM FÁCIL, PRÁTICA E QUE CUSTA POUCO. PANQUECA. TODO MUNDO COM CERTEZA FAZ OU JÁ TENTOU FAZER EM CASA.

**2.MARCOS ANELO:** AH, EU JÁ TENTEI E NÃO DEU CERTO, NÃO. O SEGREDO DE UMA BOA PANQUECA ESTÁ NA MASSA. EU FIQUEI SABENDO DURANTE A EDIÇÃO QUE ELA NÃO PODE SER GROSSA E NEM PODE COLOCAR MUITA MASSA NA FRIGIDEIRA. AGORA VOCÊ VAI APRENDER A FAZER TUDO, NA MEDIDA CERTA.

Quadro 53. Encerramento.

**NOTA**

**1. MAUREEN MATTIELLO:** NÓS FICAMOS POR AQUI, MAIS INFORMAÇÕES NO NOSSO SITE, NO MS NOTÍCIA, E NO MS TV SEGUNDA EDIÇÃO. BOA TARDE E ATÉ AMANHÃ.

**2.MARCOS ANELO:** BOA TARDE E ATÉ AMANHÃ.

**A.4. Edição 25/11/2011.**

Quadro 54. Arma Táxi.

**NOTÍCIA**

**1.MAUREEN MATTIELLO:** OLÁ, BOA TARDE PRA VOCÊ.

**2.MARCOS ANELO:** BOA TARDE. A POLÍCIA PRENDEU EM CAMPO GRANDE DOIS HOMENS QUE ESTAVAM COM UMA PISTOLA NOVE MILÍMETROS DENTRO DE UM TAXI. ELES PEGARAM O TAXI NA AVENIDA AFONSO PENA COM DESTINO AO JARDIM NOROESTE. O TAXISTA DESCONFIU DOS PASSAGEIROS E ACIONOU A POLÍCIA. OS DOIS FORAM AUTUADOS PELO CRIME DE POSSE E PORTE ILEGAL DE ARMA DE FOGO DE USO RESTRITO.

Quadro 55. Você e o Trânsito.

**NOTÍCIA**

**1.MARCOS ANELO:** ONTEM NÓS MOSTRAMOS AQUI NO MS TV, A CAMPANHA QUE COMEÇOU HÁ DUAS SEMANAS PARA HARMONIZAR A CONVIVÊNCIA DE CONDUTORES E PEDESTRES NO TRÂNSITO DE CAMPO GRANDE. É UMA CAMPANHA PARA QUE TODOS DEEM PRIORIDADE A QUEM ESTÁ A PÉ, MAUREEN. MAS ONTEM MESMO, DURANTE A TARDE, OLHA SÓ O QUE A NOSSA EQUIPE REGISTROU EM UM DOS LOCAIS DA CAMPANHA.

**ENTRA IMAGEM**

UM ACIDENTE ENTRE UM CARRO E UMA MOTO, NA AVENIDA AFONSO PENA, BEM EM FRENTE À MORADA DOS BAÍS.

**2.MAUREEN MATTIELLO:** E NESTE LOCAL TEM UMA FAIXA DE SEGURANÇA, ONDE A EQUIPE ORIENTAVA SOBRE A NOVA CAMPANHA. O MOTOCICLISTA PAROU ENQUANTO AGUARDAVA A TRAVESSIA DOS PEDESTRES, UM CARRO - QUE SEGUNDO OS POLICIAIS

ESTAVA EM ALTA VELOCIDADE - BATEU NA TRASEIRA DA MOTO. A MULHER QUE PILOTAVA A MOTO MACHUCOU O JOELHO E FOI SOCORRIDA PELOS BOMBEIROS. ISSO NÃO É TUDO, NESTE MESMO LOCAL, A COMPANHIA DE TRÂNSITO, REGISTROU AINDA OUTRO ACIDENTE TAMBÉM NESTA QUINTA FEIRA E PRA VOCÊ VER, NÉ? TINHA PESSOAL DA AGETRAN, DA POLÍCIA LÁ E HOVE O ACIDENTE. IMAGINA SE NÃO TIVESSE, NÉ, MAUREEN?

Quadro 56. Depoimento Acidente.

#### REPORTAGEM

**1.MARCOS ANELO:** A POLÍCIA OUVIU HOJE NOVOS DEPOIMENTOS SOBRE O CASO DOS ADOLESCENTES QUE ESTAVAM NO CARRO QUE CAPOTOU, NA SEMANA PASSADA EM CAMPO GRANDE, QUANDO UM JOVEM MORREU. AO TODO FORAM SETE DEPOIMENTOS, ENTRE TESTEMUNHAS, PAIS DE ADOLESCENTES E FUNCIONÁRIOS DA CONVENIÊNCIA ONDE O GRUPO TERIA COMPRADO BEBIDA ALCOÓLICA. O REPÓRTER OSVALDO NÓBREGA ACOMPANHA ESTE CASO:

Quadro 57. Unei Gravação.

#### REPORTAGEM

**1.MAUREEN MATTIELLO:** DEZ ADOLESCENTES QUE CUMPREM MEDIDAS SÓCIO EDUCATIVAS NA UNEI DOM BOSCO, EM CAMPO GRANDE, ESTA SEMANA DEIXARAM A UNIDADE PARA IR A UM ESTÚDIO DE GRAVAÇÃO.

**2.MARCOS ANELO:** ELES PARTICIPARAM DE UM PROJETO DE EDUCAÇÃO E FIZERAM UM RAP. PARA OS EDUCADORES, A MÚSICA É SINÔNIMO DE UM RESGATE SOCIAL.

Quadro 58. Unei Projeto.

#### NOTÍCIA

**1.MARCOS ANELO:** ALÉM DAS OITO UNIDADES DE INTERNAÇÃO DO ESTADO, ESSE PROJETO "O TOSCO" - QUE VISA ACABAR COM A VIOLÊNCIA DENTRO DAS ESCOLAS E ENTRE OS JOVENS - FOI APLICADO EM TODAS AS ESCOLAS MUNICIPAIS DE CAMPO GRANDE.

**2.MAUREEN MATTIELLO:** POIS É, E ELE TAMBÉM EM TRÊS ESCOLAS ESTADUAIS: LINO VILA SÁ, MARÇAL DE SOUZA E JOAQUIM MURTINHO.

Quadro 59. Esporte Comentários.

#### ENTREVISTA

**1.MARCOS ANELO:** DEPOIS DO MSTV PRIMEIRA EDIÇÃO, TEM GLOBO ESPORTE COM A CAMILA DIB E A GENTE VAI COMEÇAR FALANDO DAS MULHERES DO FUTEBOL EM CAMPO.

Quadro 60. Dia Doador de Sangue.

#### NOTÍCIA

**1.MARCOS ANELO:** E OLHA SÓ, UM PROJETO APROVADO PELA CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE PREVÊ MULTA DE ATÉ DOIS MIL REAIS PARA QUALQUER ESCOLA DO MUNICÍPIO QUE INSTALAR MÁQUINAS DE DISTRIBUIÇÃO DE PRESERVATIVOS. AS ESCOLAS PARTICULARES PODEM ATÉ TER O ALVARÁ CASSADO SE NÃO CUMPIREM A LEI. A PROIBIÇÃO TAMBÉM VALE PARA TODAS AS REPARTIÇÕES MUNICIPAIS.

M  
O PREFEITO NELSON TRAD FILHO TEM TRINTA DIAS PARA REGULAMENTAR E DEFINIR COMO SERÁ A FISCALIZAÇÃO DA LEI.

Quadro 61. Lei Camisinha.

#### NOTÍCIA

**1.MAUREEN MATTIELLO:** HOJE É O DIA NACIONAL DO DOADOR DE SANGUE. NÓS QUEREMOS DAR PARABÉNS ÀS PESSOAS QUE SEMPRE COLABORAM COM O PRÓXIMO. E TEM DOADORES FIÉIS, PESSOAS QUE DOAM VÁRIAS VEZES POR ANO. POR EXEMPLO, OS HOMENS PODEM DOAR ATÉ QUATRO VEZES POR ANO, E AS MULHERES TRÊS VEZES

POR ANO. E PARA FAZER A DOAÇÃO O BÁSICO É TER NO MÍNIMO CINQUENTA QUILOS E IDADE DE 16 A 67 ANOS. EM CAMPO GRANDE, A DOAÇÃO PODE SER FEITA NO HEMOSUL QUE FICA NA AVENIDA FERNANDO CÔRREA DA COSTA, 1304. DE SEGUNDA A SEXTA O HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO É DAS SETE DA MANHÃ ÀS CINCO E MEIA DA TARDE E AOS SÁBADOS DAS SETE DA MANHÃ AO MEIO-DIA.

**2.MARCOS ANELO:** O PREFEITO NELSON TRAD FILHO TEM TRINTA DIAS PARA REGULAMENTAR E DEFINIR COMO SERÁ A FISCALIZAÇÃO DA LEI.

Quadro 62. Reciclagem Balanço.

#### REPORTAGEM

**1.MARCOS ANELO:** AGORA A GENTE FALA DE MEIO AMBIENTE. QUATRO MESES DEPOIS DA PREFEITURA DE CAMPO GRANDE IMPLANTAR A COLETA SELETIVA DE LIXO NA CIDADE, COMO SERÁ QUE ESTÁ A SITUAÇÃO, HEIN?

**2.MAUREEN MATTIELLO:** SERÁ QUE A POPULAÇÃO JÁ SE ACOSTUMOU A SEPARAR O LIXO RECICLÁVEL? VOCÊ EM CASA, FAZ ISSO? O MS TV FOI CONFERIR.

Quadro 63. Reciclagem.

#### NOTA

**1.MARCOS ANELO:** OLHA, MAUREEN, TEM UM DADO AQUI, OLHA QUE, JUNTO COM OS BAIRROS TV MORENA, VILA CARLOTA E VILAS BOAS, CONTABILIZARAM 14, TONELADAS RECOLHIDAS DE LIXO RECICLÁVEL.

**2.MAUREEN MATTIELLO:** POIS É, E A CIDADE PRODUZ, POR MÊS, SETECENTAS TONELADAS DE TODO TIPO DE LIXO, 40% SÃO RECICLÁVEIS, ISTO SIGNIFICA 280 TONELADAS QUE PODEM SE TRANSFORMAR EM DINHEIRO DIARIAMENTE.

Quadro 64. Bairros Coleta.

#### REPORTAGEM

**1.MARCOS ANELO:** TRINTA E DUAS MIL CASAS, EM VÁRIOS BAIRROS DA CAPITAL, QUE FORAM DIVIDIDOS EM SEIS REGIÕES. E CADA DIA DA SEMANA O CAMINHÃO DA COLETA SELETIVA PASSA EM UMA DESSAS REGIÕES.

**2.MAUREEN MATTIELLO:** É VERDADE, ENTÃO PRESTE ATENÇÃO, SE VOCÊ MORA EM UM DESSES LOCAIS, É SÓ SE PROGRAMAR, SEPARAR TODO O LIXO E COLOCAR NA RUA NO DIA CERTO, PARA QUE ELE SEJA RECOLHIDO PELA EQUIPE DA COLETA SELETIVA.

Quadro 65. Coleta Dicas.

#### ENTREVISTA

**1.MARCOS ANELO:** E OLHA, PRA QUEM AINDA NÃO SABE O QUE PODE E O QUE NÃO PODE RECICLAR E TAMBÉM COMO SEPARAR ESSE LICRO, A GENTE TEM ALGUMAS DICAS. VAMOS LÁ AO VIVO COM RODRIGO GRANDO. EU QUERIA SABER DE VOCÊ, RODRIGO, SE VOCÊ TEM O HÁBITO DE SEPARAR O LIXO?

#### ENTRA LINK

**2.MAUREEN MATTIELLO:** OBRIGADA RODRIGO E OBRIGADA, MONIQUE POR RECEBER A GENTE NA CASA DELA. EU ADOREI AQUELA PLANTINHA NO TÊNIS, ANELO. (RISOS)

AGORA, VOCÊ VIU QUE BACANA. ALÉM DO PLÁSTICO, DO ALUMÍNIO, DO PAPEL, QUE PODEM SER RECICLADOS E ENTÃO VÃO PARA A COLETA SELETIVA. ELA ENSINOU COMO USAR E APROVEITAR O LIXO ORGÂNICO QUE NÃO PODE SER RECICLADO VIRA ADUBO.

**3. MARCOS ANELO:** É, MUITA GENTE COLOCA ELE NO LIXO E FICA AQUELE CHEIRO RUIM, NÉ? NO CASO ALI, AJUDA ATÉ A ADUBAR AS PLANTAS. OLHA, EDUCAÇÃO AMBIENTAL É MUITO IMPORTANTE.

Quadro 66. Campeã Geografia.

<b>REPORTAGEM</b>
<p><b>1.MARCOS ANELO:</b> E POR FALAR EM EDUCAÇÃO, UMA ALUNA, DE QUINZE ANOS, DO COLÉGIO MILITAR DE CAMPO GRANDE FOI A VENCEDORA DA VIAGEM DO CONHECIMENTO - DESAFIO NATIONAL GEOGRAPHIC 2011.</p> <p><b>2.MAUREEN MATTIELLO:</b> A OLIMPÍADA DE GEOGRAFIA TEVE A ÚLTIMA FASE SEDIADA NO RIO DE JANEIRO NO FINAL DE SEMANA PASSADA. KEITYANE, QUE NÓS VAMOS CONHECER NA REPORTAGEM, FOI A MELHOR ENTRE QUASE TREZENTOS MIL ALUNOS NO BRASIL.</p>

Quadro 67. Previsão do Tempo.

<b>INDICADOR</b>
<p><b>1.MARCOS ANELO:</b> AGORA IMAGENS AO VIVO DE CAMPO GRANDE ONDE NESSE MOMENTO AGORA FAZ VINTE E NOVE GRAUS, MAS AO LONGO DA TARDE, O CÉU DEVE FICAR PARCIALMENTE NUBLADO E A MÁXIMA CHEGA AOS TRINTA E TRÊS GRAUS. VEJA AGORA COMO FICA O TEMPO EM OUTRAS REGIÕES DO ESTADO.</p> <p><b>2.MAUREEN MATTIELLO:</b> NA REGIÃO NORTE, PREVISÃO DE CÉU CLARO COM NÉVOA SECA. EM RIO VERDE, OS TERMÔMETROS REGISTRAM ATÉ TRINTA E SETE GRAUS.</p> <p><b>3.MARCOS ANELO:</b> NO LESTE, FAZ SOL DURANTE TODO O DIA. EM ÁGUA CLARA, MÁXIMA DE TRINTA E QUATRO GRAUS.</p> <p><b>4.MAUREEN MATTIELLO:</b> NO OESTE, CÉU PARCIALMENTE NUBLADO, COM PANCADAS DE CHUVA ENTRE CORUMBÁ, LADÁRIO E MIRANDA, CIDADE ONDE A TEMPERATURA ATINGE OS TRINTA E SETE GRAUS.</p> <p><b>5.MARCOS ANELO:</b> NA REGIÃO SUL, HÁ PREVISÃO DE CHUVA ENTRE IVINHEMA E NAVIRAÍ, ONDE A MÁXIMA NÃO DEVE PASSAR DOS TRINTA E UM GRAUS.</p>

Quadro 68. Interdita Avenida.

<b>NOTÍCIA</b>
<p><b>1. MAUREEN MATTIELLO:</b> VAMOS FALAR AGORA SOBRE UM RECADOS DOS MOTORISTAS.</p> <p><b>2.MARCOS ANELO:</b> É UM RECADOS MUITO IMPORTANTE, NÃO É, MAUREEN?</p> <p><b>3. MAUREEN MATTIELLO:</b> É VERDADE, OLHA, SOBRE A INTERDIÇÃO DA AVENIDA AFONSO PENA. COM AS OBRAS DE REVITALIZAÇÃO DO CENTRO DA CIDADE A AGETTRAN ESTÁ INTERDITANDO ALGUNS PONTOS DA AVENIDA. ENTÃO, HOJE SERÁ INTERDITADO O TRECHO DA AFONSO PENA PARA O RECAPEAMENTO QUE FICA AÍ, ENTRE A TRAVESSA DA JOSÉ DE OLIVEIRA LIMA ENTRE O VIADUTO DA RUA CEARÁ. É UMA MEDIDA PARA ATENDER ESSAS OBRAS DE RECAPEAMENTO. E SEGUNDO O CHEFE DE FISCALIZAÇÃO DA AGETTRAN, A OPÇÃO MENOS INDICADA PARA OS MOTORISTAS É A AFONSO PENA, ENTRE A ESPÍRITO SANTO E A QUINZE DE NOVEMBRO. MAS TÊM AS INDICAÇÕES TAMBÉM PARA OS DESVIOS, NÉ?</p> <p><b>4.MARCOS ANELO:</b> OS DESVIOS MAIS INDICADOS, SEGUNDO A AGETTRAN, SÃO A AVENIDA RICARDO BRANDÃO, A RUA EUCLIDES DA CUNHA, ANTÔNIO MARIA COELHO E AVENIDA MATO GROSSO. LEMBRANDO QUE EM TODOS ESSES LOCAIS, AS AUTORIDADES DE TRÂNSITO ESTÃO AÍ PARA ORIENTAR OS MOTORISTAS.</p>

Quadro 69. Destaques Internet.

<b>NOTÍCIA</b>
----------------

**1. MAUREEN MATTIELLO:** E AGORA VAMOS AOS DESTAQUES DA INTERNET. UMA MULHER É SUSPEITA DE MATAR O MARIDO A MACHADADAS. ESSE É UM DOS DESTAQUES DO NOSSO SITE. SEGUNDO AS INVESTIGAÇÕES, O MOTIVO SERIA A TRAIÇÃO DO MARIDO. O CRIME FOI NA CIDADE DE ÁGUA CLARA, A DUZENTOS QUILOMETROS DE CAMPO GRANDE. OUTRO DESTAQUE É QUE UM ADOLESCENTE É APREENDIDO COM UMA SUBMETRALHADORA. O JOVEM CONFESSOU SER O DONO DA ARMA E DISSE QUE A LEVARIA PARA O PARANÁ. TODOS OS DETALHES ACESSE: [G1.COM.BR/TVMORENA](http://G1.COM.BR/TVMORENA).

Quadro 70. Bem-Te-Vi.

#### REPORTAGEM

**1.MARCOS ANELO** MUDANDO DE ASSUNTO AGORA, DURANTE O JORNAL, NÓS MOSTRAMOS A SITUAÇÃO DO TRABALHO DE COLETA SELETIVA DE LIXO EM CAMPO GRANDE E FALAMOS SOBRE A IMPORTÂNCIA DA RECICLAGEM PARA O FUTURO DO PLANETA.

**2. MAUREEN MATTIELLO:** COM CERTEZA AJUDA MUITO E, INCLUSIVE, GERA RENDA, NÃO É ANELO? O PERSONAGEM DE HOJE DO QUADRO "EU TAMBÉM CONHEÇO" É UM DOS MILHARES QUE GANHAM A VIDA RECOLHENDO MATERIAIS PELAS RUAS. MAS NÃO É A PROFISSÃO QUE DEIXA ELE CONHECIDO NO BAIRRO ONDE MORA.

**3.MARCOS ANELO:** EU FUI LÁ CONHECER ESSA FIGURA. A REPORTAGEM QUE CONTA A HISTÓRIA DELE VOCÊ ASSISTE AO SOM DE LUIZ GONZAGA E DE UM PÁSSARO BASTANTE POPULAR TAMBÉM.

Quadro 71. Encerramento.

#### NOTA

**1. MAUREEN MATTIELLO:** NÓS FICAMOS POR AQUI, MAIS INFORMAÇÕES NO NOSSO SITE, NO MS NOTÍCIA, E NO MS TV SEGUNDA EDIÇÃO. BOA TARDE E ATÉ AMANHÃ.

**2.MARCOS ANELO:** BOA TARDE E ATÉ AMANHÃ.

## **GLOSSÁRIO**

**AO VIVO OU LINK:** transmissão da notícia na hora em que ela acontece. É feita no local do fato, com o repórter e, algumas vezes, com entrevistado.

**CABEÇA DA MATÉRIA:** é a chamada da reportagem feita pelo apresentador.

**EDIÇÃO:** montagem da matéria, união de áudio e vídeo.

**EDITOR-CHEFE:** responsável pelo conteúdo de um jornal ou outro meio de comunicação. É ele quem coordena todas as etapas de produção e edição.

**ENTREVISTA:** diálogo entre o repórter ou apresentador e o personagem ou fonte da informação.

**ESPELHO:** é o telejornal completo, geralmente em um programa específico de computador. É onde encontram-se a entrada de matérias, notas, blocos, chamadas e encerramento do jornal, com tempo detalhado de tudo.

**FACTUAL:** Notícias rotineiras, que ocorreram no dia em que o telejornal foi exibido.

**LOCUTOR OU APRESENTADOR:** profissional que faz a apresentação das notícias na bancada do telejornal.

**MANUAL DE REDAÇÃO:** documento que regulamenta a padronização de tudo que for produzido pelos profissionais de determinada empresa.

**MATÉRIA:** é o mesmo que reportagem. O material é exibido no telejornal ou publicado em outro veículo de comunicação.

**NOTA:** a forma mais simples de apresentação de uma notícia na televisão, quando o apresentador lê a informação, sem qualquer imagem de ilustração.

**OFF:** texto gravado pelo repórter, geralmente após a produção da matéria. É a narração da notícia que, na sequência, passa pela edição.

**PAUTA:** conjunto de assuntos que compõem uma edição de jornal ou outro meio de comunicação. Geralmente, as pautas são discutidas logo pela manhã e, na sequência, decidem-se quais serão as reportagens do dia.

**PRODUTOR:** o responsável pela produção das pautas.

**SCRIPT:** nome dado à lauda, eletrônica ou de papel, utilizada pelos jornalistas envolvidos no telejornal. É onde ficam disponíveis todas as informações do noticiário. Apesar de existirem regras estabelecidas para estruturar o script, não há um modelo adotado por todas as emissoras ou programas de televisão.

**TELEPROMPTER:** aparelho acoplado à câmera, que exhibe continuamente as notícias a serem lidas pelo apresentador.