

Universidade Federal de Juiz de Fora
Faculdade de Comunicação Social
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Renata Venise Vargas Pereira

A QUEDA DA BANCADA E AS MUDANÇAS NA CENA DE APRESENTAÇÃO DOS
TELEJORNAIS: EM BUSCA DA IDENTIDADE E APROXIMAÇÃO COM O
TELESPECTADOR – UMA ANÁLISE DO MGTV PRIMEIRA EDIÇÃO

Juiz de Fora
Fevereiro de 2013

Renata Venise Vargas Pereira

A QUEDA DA BANCADA E AS MUDANÇAS NA CENA DE APRESENTAÇÃO DOS
TELEJORNAIS: EM BUSCA DA IDENTIDADE E APROXIMAÇÃO COM O
TELESPECTADOR – UMA ANÁLISE DO MGTV PRIMEIRA EDIÇÃO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, área de concentração Comunicação e Sociedade, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Iluska Coutinho.

Juiz de Fora
Fevereiro de 2013

Renata Venise Vargas Pereira

A queda da bancada e as mudanças na cena de apresentação dos telejornais: em busca da identidade e aproximação com o telespectador – uma análise do MGTV Primeira Edição

Dissertação apresentada como requisito para obtenção de grau de Mestre em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientadora: Prof^a Dra. Iluska Coutinho.

Dissertação aprovada em 22/02/2013 pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof^a Dra. Iluska Coutinho (UFJF) – Orientadora

Prof^a Dra. Christina Ferraz Musse (UFJF) – Convidada

Prof. Dr. Edson Dalmonte (UFBA) – Convidado

Juiz de Fora
Fevereiro de 2013

À minha mãe e aos queridos Luca,
Yasmin, Noah e Giulia que representam
tudo o que nunca tive.

AGRADECIMENTOS

Mudar o rumo da vida profissional é tarefa árdua. Ainda mais se a decisão for tomada tardiamente. Mas nada é tão tarde quando se tem a certeza do que faz. E quando se faz com bom humor e amor tudo melhora significativamente.

Obrigada aos meus pais por me ensinarem que ser honesta e buscar a integridade (apesar do desuso) ainda faz toda a diferença.

Aos meus irmãos e cunhados por suprirem as ausências que a vida nos impôs. Todos me ensinaram algo que carrego para sempre (“Quando eu soltar a minha voz, por favor, entenda...”) Aos meus sobrinhos por serem meus irmãos de coração e amigos de infância. Nane, Léo (meu *coach* a quem devo muito!), Veninhas, Maricota, Fê, Biim, Lucas e Thiago. Amo a cumplicidade que temos e o companheirismo. Aos meus sobrinhos-netos dedico toda a minha energia. Vocês são os combustíveis dessa caminhada.

À minha amiga irmã Gilze Bara! A ajuda mútua será eterna. Obrigada pelo vôlei e pelo rádio. Minha retribuição foi a TV. Obrigada pelo incentivo no mestrado que retribuimos mutuamente pela parceria e entrega em todo o processo. Obrigada pela luz na dissertação e por me emprestar suas filhas como minhas sobrinhas. Gilze, vou te copiar: “Obrigada por ontem, por hoje e por amanhã. E vamos rumo ao nosso objetivo! Juntas, sempre!

Ao povo! Neguinha também. Élide Ramirez. Amiga e irmã que faz da vida uma poesia. Nem sei o que dizer. Acho que a gente escreve diariamente nossa história com muito respeito. Um brinde ao nosso encontro em BH. Para sempre, com amor!

Às queridas amigas Lu e Lu. Ambas do Rio. Cada uma à sua maneira. Luciana Barbosa e Luciana Fins. Vocês ajudaram demais na reta final do mestrado. Mesmo sem saber. Andréa Reis teve coparticipação nos fichamentos! Ajuda imprescindível!

Gio, minha afilhada linda. Amo você. Dê, obrigada pelo presente eterno. Dé, Gui e Rafa, agradeço por tudo!! E também à D. Suzana. Talvez a maior incentivadora à distância que tive!

Aos eternos amigos do Grupo Divulgação: José Luiz Ribeiro (é muito amor!), Márcia Falabella, Marise Mendes, Germano Baía, Pedro Chicri, Tiago Vitor, Evandro Medeiros e demais integrantes de todos os tempos. Com vocês, a vida ficou mais sensível.

Aos professores da graduação responsáveis pelo pontapé inicial.

Aos professores do mestrado pelo conhecimento e disponibilidade, sempre.

Ao nosso anjo da guarda Ana, do PPGCom. Incentivo do início ao fim. Incondicional! Obrigada, lindona!!

Aos amigos do mestrado: Franzoca, Marcelinho, Patrícia (quanta ajuda!!), Raruza, Cocate e sua metodologia, Dora, Pavan e demais colegas. Ao lado de vocês tudo ficou mais divertido!

Aos companheiros de trabalho do CES/JF pelo convívio diário e o aprendizado de como é árdua a tarefa de ser comunicadora/educadora.

Aos componentes do meu grupo focal, obrigada pela disponibilidade e pontuações sábias.

À Liliana Glanzmann e direção do CES/JF por cederem a Rádio CES para sediar o grupo focal.

Iran Almeida, pela gravação, e Vitor Verbena, pelo auxílio técnico. Ambos sempre com boa vontade admirável!

Aos meus queridos amigos da TV Alterosa (BH e JF) por me “aplicarem” nesse universo do telejornalismo. Me apaixonarei!

À TV Integração pelas portas abertas. Ao Marcelo Vicioli pela gentileza em me receber.

À Érica Salazar pela confiança. Agradeço enormemente sua incansável vontade de ajudar. Obrigada, por tudo!

À Christina Musse por participar da minha banca e da minha qualificação. Seu carinho é enorme, desde sempre. Obrigada, principalmente, por ser a prova de que a mescla mercado e academia dá certo!

Ao Edson Dalmonte por também participar da minha banca e da minha qualificação. Isso sem falar das vezes em que nos esbarramos nos congressos. Uma atenção que vai além do carinho de um mestre.

À minha orientadora Iluska Coutinho. Difícil é dizer o que ganhei com seu convívio. Obrigada por me aceitar como orientanda. Obrigada pela confiança e amizade. Como você mesma escreveu para mim na dedicatória do seu livro: “a bancada pode até cair, mas o afeto e a parceria permanecem”. Sua cumplicidade fez a diferença. O agradecimento também vai para o Jorge e para a Laura pelo carinho de sempre. Bida também merece ser citada pelas recepções sempre festivas.

Aos meus alunos de todos os tempos. O vigor da sala de aula rejuvenesce e ajuda na infinita caminhada rumo ao conhecimento. Tudo o que aprendo é para vocês!

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Quadro com os programas avaliados	139
Tabela 2 – Tempo de duração de cada bloco das edições avaliadas do MGTV 1ª Ed.	141
Tabela 3 – Quadros atuais exibidos durante a semana pelo MGTV 1ª Edição.....	142
Tabela 4 – Notícias - MGTV 1ª Edição de 09/05/2011	143
Tabela 5 – Formatos - MGTV 1ª Edição de 09/05/2011	143
Tabela 6 – Notícias - MGTV 1ª Edição de 27/06/2011	143
Tabela 7 – Formatos - MGTV 1ª Edição de 27/06/2011	144
Tabela 8 – Notícias - MGTV 1ª Edição de 28/06/2011	144
Tabela 9 – Formatos - MGTV 1ª Edição de 28/06/2011	144
Tabela 10 – Notícias - MGTV 1ª Edição de 29/06/2011	145
Tabela 11 – Formatos - MGTV 1ª Edição de 29/06/2011	145
Tabela 12 – Notícias - MGTV 1ª Edição de 30/06/2011	145
Tabela 13 – Formatos - MGTV 1ª Edição de 30/06/2011	145
Tabela 14 – Notícias - MGTV 1ª Edição de 27/03/2012	146
Tabela 15 – Formatos - MGTV 1ª Edição de 27/03/2012	146
Tabela 16 – Notícias - MGTV 1ª Edição de 04/04/2012	146
Tabela 17 – Formatos - MGTV 1ª Edição de 04/04/2012	146
Tabela 18 – Notícias - MGTV 1ª Edição de 12/04/2012	147
Tabela 19 – Formatos - MGTV 1ª Edição de 12/04/2012	147
Tabela 20 – Notícias - MGTV 1ª Edição de 27/04/2012	147
Tabela 21 – Formatos - MGTV 1ª Edição de 27/04/2012	148
Tabela 22 – Notícias - MGTV 1ª Edição de 07/05/2012	148
Tabela 23 – Formatos - MGTV 1ª Edição de 07/05/2012	148
Tabela 24 – Notícias - MGTV 1ª Edição de 26/05/2012	148
Tabela 25 – Formatos - MGTV 1ª Edição de 26/05/2012	149
Tabela 26 - Enunciação no MGTV 1ª Edição – 09/05/2011	151
Tabela 27 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 27/06/2011	152
Tabela 28 – Enunciação no MGTV 1ª Edição - 28/06/2011.....	153
Tabela 29 – Enunciação no MGTV 1ª Edição - 29/06/2011	153

Tabela 30 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 30/06/2011	154
Tabela 31 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 27/03/2011	155
Tabela 32 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 04/04/2012	155
Tabela 33 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 12/04/2012	156
Tabela 34 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 27/04/2012	156
Tabela 35 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 07/05/2012	157
Tabela 36 – Enunciação no MGTV 1ª Edição 26/05/2012	158
Tabela 37 – Ocupação de cada enunciado no MGTV 1ª Edição e a média geral	158
Tabela 38 – Índice de afinidade do MGTV 1ª Edição	203
Tabela 39 – Índice de afinidade do MGTV 1ª Edição	203
Tabela 40 – Índice de afinidade do MGTV 1ª Edição	203
Tabela 41 – Índice de afinidade do MGTV 1ª Edição	203

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Notícias exibidas no MGTV 1ª Edição	149
Gráfico 2 - Formatos dos materiais exibidos no MGTV 1ª Edição	150
Gráfico 3 - Percentual médio (peso) de cada enunciação	159
Gráfico 4 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 09/05/2011	193
Gráfico 5 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 27/06/2011	194
Gráfico 6 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 28/06/2011	194
Gráfico 7 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 29/06/2011	195
Gráfico 8 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 30/06/2011	196
Gráfico 9 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 27/03/2012	197
Gráfico 10 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 04/04/2012	197
Gráfico 11 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 12/04/2012	198
Gráfico 12 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 27/04/2012	199
Gráfico 13 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 07/05/2012	199
Gráfico 14 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 26/05/2012	200
Gráfico 15 – Média de enunciação por marcação de cena	201
Gráfico 16 - Perfil de público do MGTV 1ª Edição	202

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Gontijo Teodoro, apresentador do Repórter Esso	58
Figura 2 - Cenário do primeiro telejornal da Rede Globo, o Tele Globo, em 1965	61
Figura 3 - Apresentadores do Tele Globo	61
Figura 4 - O apresentador Gontijo Teodoro na apresentação do Repórter Esso	62
Figura 5 - Hilton Gomes, o primeiro apresentador do Jornal Nacional, em primeiro de setembro de 1971	63
Figura 6 - Cid Moreira, Hilton Gomes e João Saldanha na bancada do Jornal Nacional na década de 1970	63
Figura 7 - Sergio Chapelin e Cid Moreira na bancada do Jornal Nacional na década de 1970	65
Figura 8 - O americano Walter Cronkite como âncora do jornal da CBS	66
Figura 9 - Transformações no cenário e no logotipo do Jornal Nacional	68
Figura 10 - Anúncio do primeiro telejornal de Juiz de Fora, o Telefoto Jornal	78
Figura 11 - Anúncio do telejornal Filmando Juiz de Fora, da TV Tupi	79
Figura 12 – Primeiro cenário do MGTV	81
Figura 13 - Cenário do MGTV 1ª e 2ª edições no final dos anos 1990	82
Figura 14 - MGTV e a nova cena de apresentação	84
Figura 15 - Marcação 01 com a apresentadora mantendo o olho-no-olho	189
Figura 16 - Marcação 01 com o foco voltado para o telão. Costas para o público	189
Figura 17 - Marcação 02 em take aberto. Apresentador fica de frente, de lado ou de costas para a câmera	189
Figura 18 - Marcação 02 com enquadramento fechado	189
Figura 19 - Marcação 03 e a atenção voltada para o público	190
Figura 20 - Marcação 03 à espera da entrada do material gravado ou <i>link</i> da rua	190
Figura 21 - Marcação 04 com enunciadores de frente para o público	190
Figura 22 - Marcação 04 com as atenções voltadas para o telão	190
Figura 23 - Marcação 04 e o enquadramento fechado na apresentadora	190
Figura 24 - Marcação 04 e o enquadramento fechado no especialista	190
Figura 25 - Marcação 05 e a atenção voltada para o telão	191

Figura 26 - Marcação 05 e o enquadramento fechado na apresentadora	191
Figura 27 - Marcação 06 com o enquadramento aberto	191
Figura 28 - Marcação 06 com o enquadramento fechado	191
Figura 29 - Marcação 07 com enquadramento aberto	192
Figura 30 - Marcação 07 com enquadramento fechado	192
Figura 31 - Marcação 07 com a atenção da apresentadora voltada para o telão	192
Figura 32 - Marcação 08 com o olhar voltado para o público	192
Figura 33 - Marcação 08 e a cabeça virada para o telão	192
Figura 34 – Primeiro cenário do MGTV	206
Figura 35 – Cenário do MGTV 1ª e 2ª edições no final dos anos 1990	206
Figura 36 – Jornal com a nova cena de apresentação	207
Figura 37 – A apresentadora Érica Salazar no novo cenário do MGTV	211

“A bancada é um limite entre o telespectador e o apresentador. Há essa separação: eu sou o repórter e você é o público. Agora não. Agora ela (apresentadora) interage. Você pode participar. Ela anda [...] Então aproximou mais esse tipo de jornalismo, tirando essa bancada.”

(Pedagoga de 71 anos)

RESUMO

Este trabalho teve como proposta investigar como as alterações na cena de apresentação do telejornal, que incluem a retirada da bancada como o principal elemento cênico e a circulação e posicionamento do apresentador no estúdio, constituem tentativas de aproximação com o telespectador, estabelecer vínculos de pertencimento e relações identitárias com seu público. Na pesquisa empírica avaliou-se as alterações adotadas pelo MGTV 1ª Edição, veiculado pela TV Integração de Juiz de Fora, emissora afiliada à TV Globo. Interessou-nos perceber se a queda da bancada rompia os obstáculos, as barreiras, entre enunciador e enunciário. Também nos propusemos a observar se a nova cena utilizou-se de recursos como a encenação e a informalidade para criar um clima de afetividade e intimidade entre os apresentadores, os repórteres e os especialistas que circulam no cenário, objetivando fortalecer os simulacros de interatividade e efeitos de presença. O estudo baseou-se no conceito contemporâneo de identidades e suas crises para revelar como os meios de comunicação, em especial, a televisão, se apropriam desse ambiente fragmentado para fornecer elementos no processo de identificação e reconstrução identitária. Abordamos nesta pesquisa as relações da TV, do telejornalismo, dos apresentadores e da nova cena na construção de uma relação dialógica com a audiência. A metodologia se alicerça na análise do telejornal, tomado como objeto, a partir das formas de oferta de informação e interpelação do público. Por meio da dramaturgia do telejornalismo e da análise textual, avaliou-se o peso que cada enunciador assume diante da possibilidade de circulação instaurada com o espaço cedido pela bancada. Para isso, percorreu-se o caminho em direção à observação do comportamento dos sujeitos e suas interações na cena, seus diálogos com o telespectador e como eles se apropriam da movimentação no cenário para sua presentificação junto à audiência. A partir da formação de um grupo focal, pretendeu-se incorporar as opiniões da recepção acerca das transformações experimentadas. Partindo dessa percepção pretendemos compreender os vínculos de pertencimento que o telejornal tece com o público e a percepção que os telespectadores têm das estratégias de aproximação adotadas pela emissora/programa. O recorte estabelecido englobou onze programas compreendidos entre a estreia e o primeiro ano de implantação da mudança na forma de apresentação em um telejornal local, produzido e veiculado em uma emissora de uma cidade de porte médio da Zona da Mata Mineira.

Palavras-Chave: Comunicação; Identidades; Telejornalismo; Queda da bancada; Dramaturgia.

ABSTRACT

This work aimed to investigate how the changes in the presentation scene of television news, which include the withdrawal of the news desk as the main scenic element and the movement and positioning of the anchorperson in the studio, are attempts to get closer to the viewer, to establish bonds of belonging and relationships of identity with its audience. In empirical research we evaluated the changes adopted by MGTV 1st Edition, aired by Integration TV of Juiz de Fora, station affiliated to Globo TV. It interested us to see if the fall of the news desk broke the obstacles, the barriers between enunciator and enunciatee. We also proposed to observe whether the new scene utilized resources like staging and informality to create a climate of affection and intimacy between anchors, reporters and the advisors that circulate in the scenario, aiming to strengthen the simulacra of interactivity and effects of presence. The study was based on the contemporary concept of identities and their crises to reveal how the media, in particular the television, take ownership of this fragmented environment to provide elements in the process of identification and identity reconstruction. We approached in this research the relations of the TV, the television news, the anchorpersons and the new scene, in the construction of a dialogical relationship with the audience. The methodology is founded on the analysis of the television news, taken as the object, as in the ways of the offer of information and interpellation of the audience. Through the dramaturgy of television journalism and the textual analysis, we evaluated the weight that each enunciator takes over the possibility of movement established with the space provided by the news desk. For this, we went up the path toward the observation of the individuals' behavior and their interactions in the scene, their dialogue with the viewer, and how they appropriate the movement in the scene for their presentification toward the audience. From the formation of a focal group, it was intended to incorporate the opinions of the recipient regarding the changes experienced. Based on this insight, we intend to understand the linkages of belonging that the television news weaves with the public and the perception that the viewers have of the approximation strategies adopted by the broadcaster / program. The clipping set encompassed eleven programs ranging from the premiere and the first year of implementing the change in the form of presentation in a local television news, produced and aired on a broadcast of a medium-

sized city in the Zona da Mata area, in the state of Minas Gerais.

Keywords: Communication; Identity; Television Journalism; Fall of the news desk; Dramaturgy.

SUMÁRIO

1) INTRODUÇÃO	19
2) CENÁRIO CONTEMPORÂNEO: QUANDO A QUESTÃO DAS IDENTIDADES CRUZA COM O IMPÉRIO TELEVISIVO	27
2.1) A CRISE IDENTITÁRIA E OS REFLEXOS NO SUJEITO COMUNICACIONAL.....	28
2.2) IDENTIDADE E DIFERENÇA	32
2.3) A IMPORTÂNCIA DO LOCAL DIANTE DO GLOBAL	36
2.4) A GLOBALIZAÇÃO E O ESFACELAMENTO DAS NOÇÕES DE TEMPO E ESPAÇO	39
2.5) A FORÇA DA TELEVISÃO NO PROCESSO DE IDENTIFICAÇÃO DO TELESPECTADOR	41
2.6) TELEJORNALISMO: O BRASIL NA TELA DA TEVÊ	46
3) TELEJORNALISMO: A REALIDADE REPRESENTADA NA TEVÊ	51
3.1) A TRAJETÓRIA DO TELEJORNALISMO NO BRASIL: O PAÍS NA TELA DA TELEVISÃO	55
3.2) A FIGURA DO APRESENTADOR E A CONSTRUÇÃO DE LAÇOS NO TELEJORNAL	66
3.3) MODELOS DE JORNALISMO NA TELEVISÃO: A LINGUAGEM DO TELEJORNAL E A DRAMATURGIA DO TELEJORNALISMO	71
3.4) O TELEJORNAL LOCAL: VÍNCULOS, LAÇOS DE PERTENCIMENTO	74
3.4.1) Telejornalismo em Juiz de Fora	76
3.4.2) O impacto da chegada da TV Globo na cidade	80
4) EM CENA A AÇÃO: A ENCENAÇÃO NA CENA DE APRESENTAÇÃO DO TELEJORNAL	86
4.1) ENTENDENDO A ENUNCIÇÃO - DE ONDE SE ENUNCIA A AÇÃO?	90
4.2) OS ENCANTOS DA TRANSMISSÃO DIRETA E A PRODUÇÃO DE SENTIDOS NA	

TEVÊ	94
4.3) A CARA E A VOZ DOS TELEJORNAIS: O PROTAGONISMO EXERCIDO PELOS APRESENTADORES NO NOTICIÁRIO	102
5) A QUEDA DA BANCADA: QUANDO O NOTICIÁRIO PÕE ABAIXO A BARREIRA ENTRE O TELEJORNAL E O ESPECTADOR	111
5.1) O CENÁRIO COMO UMA EXTENSÃO DE CASA	117
5.2) A ENCENAÇÃO GANHA FORÇA COM A QUEDA DA BANCADA	126
5.3) A CRIAÇÃO DE DISCURSOS ESTREITANDO RELAÇÕES COM O PÚBLICO: QUANDO O “EU” E O “TU” VIRAM NÓS NO TEXTO TELEVISIVO	131
6) O MGTV 1ª EDIÇÃO EM FOCO: A MOVIMENTAÇÃO NA CENA DE APRESENTAÇÃO, A ANÁLISE TEXTUAL E A IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO	133
6.1) DIAGNÓSTICO QUANTITATIVO DO MGTV 1ª EDIÇÃO	138
6.2) O PROGRAMA TELEVISIVO SOB A ÓTICA TEXTUAL	159
6.2.1) O sujeito e as interações na cena de apresentação	161
6.2.1.1. <i>A densidade comunicativa no MGTV 1ª Edição</i>	161
6.2.1.2. <i>O estilo da enunciação presente no MGTV 1ª Edição. Quando as personagens da dramaturgia do telejornalismo invadem a cena</i>	173
6.2.1.3. <i>O deslocamento em cena e a queda da bancada</i>	180
6.2.2) O coloquialismo presente nos textos do MGTV 1ª Edição	183
6.2.3) As marcações teatrais no telejornal: a Colocação em Cena decreta o fim da bancada no noticiário televisivo	188
6.3) COMO O PÚBLICO PERCEBE A QUEDA DA BANCADA: A OPINIÃO DO GRUPO FOCAL	201
6.3.1) O nascimento do grupo focal	202
6.3.2) A voz do grupo focal	205
7) CONSIDERAÇÕES FINAIS	219

REFERÊNCIAS 224

APÊNDICES 231

1) INTRODUÇÃO

Os conteúdos que mais me seduziam no Ensino Fundamental e Médio eram as aulas de história. Embarcava nas teorias. Maçante para uns e leves como contação de histórias para mim tal era meu interesse sobre os casos do passado. Ouvia e criava em meu imaginário infantil e adolescente o cenário perfeito para os fatos narrados pelos professores. Alguns assustadores. Outros aventureiros. Mas todos eram meus. Eu me apropriava de cada um. A Antiguidade me impressionava, a Idade Média me atraía, as Cruzadas me apavoravam. Acontecimentos que recebiam contornos próprios estimulados pela minha imaginação. Felizes eram os professores que transformavam a sala em palco de suas enunciações. Felizes eram os alunos que absorviam o conhecimento de maneira espontânea.

Foi nesta época escolar que fui “abduzida” pelo contraste. Entre ricos e pobres. Entre a nobreza e o povo. Tomar conhecimento do que foi o Absolutismo Francês e a dinastia *Bourbon* me fizeram sonhar com o luxo ultrajante do palácio real em *Versailles*. A queda da Bastilha pôs fim à exuberância e à desigualdade – em muitos capítulos das minhas imaginárias histórias eu era a mocinha salvadora dos oprimidos. Na vida real, a derrocada em 14 de julho de 1789. O início de um novo tempo, o começo da Idade Contemporânea. O dia em que o Antigo Regime foi destruído para dar lugar ao desenvolvimento burguês e sua lógica capitalista. Essa lógica foi propagada no século XIX por todo o mundo. A ação levou a uma reação e estimulou o aparecimento da antítese do capitalismo, o socialismo. Muitas divergências marcaram o século XX no conflito conhecido como Guerra Fria. Os confrontos chegaram ao fim, simbolicamente, em 9 de novembro de 1989 com a queda do Muro de Berlim. O muro veio abaixo e também marcou o início de uma nova era: a globalização. Esse fato saltou das páginas do livro e ilustrou meus pensamentos com auxílio de uma narrativa audiovisual que acompanhei pela TV. As imagens foram marcantes. Do sofá da minha casa gostei do que vi. O trabalho para transformar a informação acessível a todos me cativou.

O telejornalismo já fazia parte da minha vida, mesmo sem saber. Meu pai, influenciado pela audiência atenta do rádio, exigia dos sete filhos silêncio absoluto durante a exibição do Jornal Nacional. Ao menor pio, ele gritava: escuta! Isso era traumatizante para mim, a caçula. Na infância tomei “birra” do noticiário televisivo até que no fim da adolescência introduzi no “meu repertório” de imitações a “performance” de uma repórter de

tevé e passei a narrar tudo ao meu redor. Foi assim que descobri o jornalismo na minha vida, de maneira inesperada. E também foi uma surpresa minha entrada para o telejornalismo logo nos primeiros meses do século XXI. .

Ao trabalhar na TV Alterosa de Belo Horizonte, afiliada do SBT, participei de uma grande transformação no espaço cenográfico do Jornal da Alterosa: apresentadores de pé circulando pelo cenário. A bancada permaneceu no estúdio, mas deixou de exercer a posição de protagonismo ao lado dos apresentadores. Eu percebi como a mudança promoveu uma maior aproximação com os telespectadores. Eu estava lá. Fui testemunha desse evento considerado por mim um marco no telejornalismo mineiro. Nunca havia acompanhado a enunciação de uma matéria na televisão sem a bancada. A queda da Bastilha. A queda do Muro de Berlim. A queda da bancada. No meu imaginário, todos esses acontecimentos históricos foram marcos significativos, o início de uma nova era, a virada de uma página, o desenrolar de um novo caminho.

Foi assim, com base na observação, que despontou a expressão cunhada por mim como a queda da bancada. Instigada pelas eventuais reações que as mudanças vêm provocando nos telespectadores, surgiu o desejo de estudar as alterações na cena de apresentação do telejornal. Na nova cena, os comunicadores circulam e se apresentam de corpo inteiro. Movimentam-se, caminham pelo cenário, incorporam um discurso dialógico com outros sujeitos também participantes da enunciação, como os repórteres da rua ou os convidados no estúdio. Como a mudança, encabeçada pela colocação dos apresentadores de pé, longe da bancada, reverberou na audiência? Portanto, a hipótese de pesquisa deste trabalho é que a nova cena de apresentação do telejornal, protagonizada pela queda da bancada, permite uma espontaneidade que desencadeia um processo de identificação do público com o telejornal. A humanização da cena aproxima o telespectador do noticiário e, conseqüentemente, resulta na melhor compreensão das notícias promovendo a fidelização da audiência.

Como objeto de estudo empírico, tomamos a alteração na cena de apresentação adotada pelo telejornal da TV Integração, afiliada da TV Globo em Juiz de Fora. Desde 2011, quando ainda era TV Panorama, o MGTV, noticiário que atinge a região da Zona da Mata e Vertentes, é exibido em novo formato para dois milhões de habitantes que formam as 121 cidades que fazem parte da cobertura do sinal. Acreditamos que o MGTV 1ª Edição é um bom

exemplo da efetivação de laços de pertencimento com o público.

No decorrer da pesquisa, cujos resultados apresentamos nesta dissertação, buscamos compreender de que maneira o ambiente proporcionado pelo novo modelo de cenário adotado no noticiário em questão contribui para estabelecer uma maior identificação e aproximação com seu público por meio da cena de apresentação, agora, mais solta e leve. A circulação pelo espaço e a inserção de elementos da cotidianidade provocam a sensação de naturalidade. Interessava a nós perceber como o telejornal, ao utilizar o novo cenário, faz desta cena comunicativa uma extensão da casa do receptor. Para isso, estudamos os elementos que compõem a nova cena (além da bancada, os telões que fazem o *link* para a rua, os banquinhos e ainda o espaço para receber os convidados). Juntos, eles contribuem como elementos significativos para a enunciação. Buscamos compreender as estratégias adotadas pelo telejornal ao fazer uso desses elementos visando o estabelecimento de vínculos de pertencimento e relações identitárias com o seu público. Não deixamos de lado a personificação alcançada pelo jornal por intermédio das figuras de seus apresentadores que emprestam suas identidades ao programa. Nossa intenção foi descobrir como acontece a encenação entre os apresentadores e os sujeitos que compartilham a encenação no novo cenário. Também investigamos a reação do público em relação às mudanças, via representação da proximidade com o novo formato do telejornal.

Para alcançar esses objetivos, estruturamos esta dissertação em cinco partes. Na primeira, chamada “O cenário contemporâneo: quando a questão das identidades cruza com o império televisivo”, apresentamos os fundamentos teóricos para traçar um quadro da concepção identitária no período. Vimos como as transformações globais pelas quais o indivíduo passa influencia em sua constituição humana. Analisamos como o sujeito encontra-se no universo fluido e fragmentado em que os meios de comunicação são a mola mestra das principais mudanças em vigor. Também incorporamos nesta abordagem as reflexões sobre a televisão e sua influência na contemporaneidade, além da força e penetração do veículo no Brasil, um país que incorpora o meio como espelho da sociedade e faz do telejornalismo um lugar de referência. Este capítulo está dividido em seis seções. Na primeira, “A crise identitária e os reflexos no sujeito comunicacional” foram trabalhados conceitos como identidades e as crises de identidades que deslocam os sujeitos das ancoragens sólidas, abalando sua estrutura social. No segundo item, que nomeamos como “Identidade e

Diferença”, abordamos a questão da identidade e diferença, os processos de identificação e os sistemas de representação. A terceira seção intitulada “A importância do local diante do global”, discute a influência da globalização na contemporaneidade, o desencaixe das instituições e as múltiplas possibilidades de mudanças, inclusive, nos padrões de produção e consumo, produzindo, assim identidades novas e globalizadas.

No quarto subcapítulo, “A globalização e o esfacelamento das noções de tempo e espaço”, avaliamos como essas noções são entendidas como uma das principais transformações das sociedades atuais. O sujeito incorpora novas formas de pertencimento com a ajuda externa em que o espaço físico de convívio tem cada vez menos importância. No quinto subcapítulo, intitulado “A força da televisão no processo de identificação do telespectador”, analisamos a incorporação de novas formas de pertencimento por intermédio do diálogo com outros atores sociais, especialmente, a TV, uma fonte negociadora de sentidos e “reorganizadora” do espaço social. Também tentamos compreender como se efetivam os processos de identificação via televisão e como ela se apresenta como laço social. O sexto e último tópico é “Telejornalismo: o Brasil na tela da tevê”. Por permitir acesso universal, os telejornais são vistos como os produtos de informação de maior impacto na contemporaneidade. Os noticiários abastecem as conversas do cotidiano e contribuem para os processos de construção, reconstrução, manutenção e supressão de identidades de diferentes grupos sociais. A abordagem feita teve como base o preceito do telejornalismo como lugar de referência e identificação.

No capítulo “Telejornalismo: a realidade representada na tevê”, observamos o caminho percorrido pelo noticiário televisivo em território nacional até chegar ao formato que conhecemos hoje. No primeiro subcapítulo “A trajetória do telejornalismo no Brasil: o país na tela da televisão” apontamos o imprevisto nas primeiras transmissões, a influência do rádio nos noticiários e a adoção dos modelos norte-americanos na produção nacional. Os telejornais e as emissoras que serviram de inspiração para os demais e a trajetória do telejornalismo antes de virar referência da nação e da sociedade brasileira. A segunda seção do capítulo intitulada “A figura do apresentador e a construção de laços no telejornal” revela a percepção das emissoras quanto à importância desse profissional como porta-vozes dos produtos que apresentam. O surgimento dos primeiros âncoras e as presenças dos jornalistas em substituição aos locutores. Também discutimos o cenário nos primeiros anos do

telejornalismo e a evolução da cena em busca de uma maior aproximação e identificação por parte dos telespectadores. No terceiro subcapítulo denominado “Modelos de jornalismo na televisão: a linguagem do telejornal e a dramaturgia do telejornalismo”, discutimos as mudanças significativas adotadas pelo noticiário televisivo, desde os avanços tecnológicos à preocupação com a estética, fatores que revelam a tentativa de eliminar as distâncias entre o público e o telejornal. Abordamos as primeiras tentativas de transformar o noticiário em algo mais atraente tendo como base preceitos como modos de endereçamento e a dramaturgia do telejornalismo.

“O telejornal local: vínculos, laços de pertencimento” é o nome da quarta seção. Nela considera-se os meios de comunicação como mediadores nas relações do sujeito com o entorno e revela como acontece a criação e manutenção de vínculos de pertencimento e identidade entre as emissoras locais e regionais e seus públicos. Abordamos ainda a presença da TV em Juiz de Fora, que teria sediado a primeira experiência pública com transmissão de imagens em 1948, sendo pioneira na transmissão em toda a América Latina; as emissoras constituídas no município e como a cidade experimentou os primeiros telejornais. Um relato que mereceu atenção foi o impacto da chegada da TV Globo em Juiz de Fora, o investimento na regionalização e a produção de telejornais locais que desencadearam no surgimento do nosso objeto de estudo, o MGTV. Outro ponto abordado foi a transformação dos cenários desses noticiários até a implantação da atual cena de apresentação.

O capítulo “Em cena a ação: a encenação na cena de apresentação do telejornal” revela como a televisão busca uma relação íntima e constante entre enunciador e enunciatário, mediada pelo espetáculo. A atmosfera que ultrapassa o viés da informação que o telejornal oferece e agrega o clima de afetividade e intimidade contribuindo, assim, para a convicção de que há sempre conversando “comigo”. A intenção, nesse caso, é buscar como meta a naturalidade que propõe o diálogo televisual favorecendo a construção de sentido entre a TV e o público. Talvez seja isso que o telejornalismo tenha buscado ao longo dos anos. O primeiro subcapítulo “Entendendo a enunciação - de onde se enuncia a ação?”, como o próprio nome diz, pretende compreender de onde é feita a enunciação do MGTV 1ª Edição e como se desenrola a ação na nova cena. A mediação apresenta-se como variável podendo incorporar recursos narrativos escolhidos com base no efeito que se pretende produzir. Por isso, os telejornais buscam adotar formatos visando certa intencionalidade, porém, o dispositivo

enunciativo tem que se fazer verdadeiro.

No segundo subcapítulo intitulado “Os encantos da transmissão direta e a produção de sentidos na tevê”, discorremos que a transmissão direta tem seu maior valor no sentido que ela provoca. Nesse caso, o objetivo do comunicador não é apenas apresentar uma notícia, mas de se fazer presente, produzindo uma interação entre os atores envolvidos na enunciação. É por intermédio desse recurso que são estabelecidos uma conversação textual e um diálogo entre quem produz e quem recebe a informação instaurando três espaços que constituem lugares de construção de sentido: o espaço externo, onde surgem os acontecimentos, o espaço interno, onde se desenrola a cena midiática, e o espaço interno-externo onde se articula a relação simbólica de contato. O último subcapítulo dessa parte do trabalho foi denominado de “A cara e a voz dos telejornais: o protagonismo exercido pelos apresentadores no noticiário”. Entendemos que os apresentadores são a cara e a voz do telejornal que apresentam – ou representam. Os apresentadores são o fio condutor do programa porque articulam as diferentes histórias em uma edição de um telejornal. Por isso, assumem papéis de diferentes pessoas com funções de autoridade simbólica, já que detém a informação. Os profissionais da cena enunciativa falam entre si e se remetem a audiência. Daí a importância dos apresentadores por configurarem uma relação de maior proximidade e informalidade diante dos que os assistem, alcançando a tal sonhada naturalidade na enunciação.

“A queda da bancada. Quando o noticiário põe abaixo a barreira entre o telejornal e o espectador” é o sugestivo título do quinto capítulo deste trabalho. Ele aborda a expressão cunhada por nós que faz referência ao que consideramos o fim de uma era e o início de uma nova etapa na história do telejornalismo nacional: a enunciação feita a partir de um espaço remodelado em que a bancada perdeu parte de seu protagonismo. As observações serão feitas a partir da mudança adotada em Juiz de Fora, em nove de maio de 2011, por meio do MGTV. Os apresentadores ficam de pé e caminham pelo estúdio. A bancada ganhou rodinhas que permitem sua circulação e não são mais um obstáculo entre o espectador e o telejornal. O primeiro subcapítulo trata “O cenário como uma extensão de casa” revela o fim da formalidade na apresentação do noticiário televisivo e transforma a cena de apresentação como um prolongamento do lar. Algo que passa muito longe da cortina no fundo e da mesa de onde o locutor lia as informações quando da chegada da TV no Brasil. Discorremos sobre o cenário como um sistema formado por várias linguagens que estruturadas a partir de signos

visuais, verbais e sonoros, composto por elementos que devem comunicar uma mensagem específica.

O segundo subcapítulo intitulado “A encenação ganha força com a queda da bancada” revela que as mudanças na nova cena impulsionaram outras formas de expressão decorrentes do gestual, do tom de voz, a postura, a forma de se vestir e de se movimentar no espaço. Compreendemos que essa comunicação confere naturalidade à enunciação que, aliada ao carisma do apresentador, permite ao público tecer mais vínculos com o telejornal e maior credibilidade à notícia efetivando processos de identificação e, conseqüentemente, em fidelização da audiência. “A criação de discursos estreitando relações com o público: quando o “eu” e o “tu” viram nós no texto televisivo” é o nome do terceiro subcapítulo. Nesse tópico, abordamos que, ao lado da encenação, o noticiário televisivo também demonstra diariamente que o texto constrói vínculos ativos com a recepção. Um texto bem conduzido pode favorecer as interações pessoais porque estabelece o laço com o contexto. É importante salientar que o texto não entrega ao receptor um sentido definido, mas facilita uma proposta para que ele seja interpretado em uma negociação de sentido.

A parte empírica da dissertação começa com o capítulo intitulado “O MGTV 1ª Edição em foco: a movimentação na cena de apresentação, a análise textual e a identificação do público”. Ao longo desse capítulo são apresentadas as pesquisas realizadas com o objetivo de compreender os efeitos da mudança na cena de apresentação do telejornal e perceber como as estratégias reverberam no público, se fortalecem os vínculos de pertencimento e relações identitárias com o telespectador, além de melhorar a compreensão do enunciado. Dividimos a pesquisa em três etapas. A primeira delas está no subcapítulo “Diagnóstico quantitativo do MGTV 1ª Edição” que, como o próprio nome revela, inclui um levantamento quantitativo das formas enunciativas para delimitação do corpus de análise. Tentamos identificar o peso de cada enunciação feita a partir dos apresentadores, dos repórteres na rua e dos convidados no estúdio.

No segundo subcapítulo, “O programa televisivo sob a ótica textual”, realizamos uma análise textual em diálogo com a dramaturgia do telejornalismo. Criamos um esquema de leitura cuja pretensão era encontrar efeitos de sentido na enunciação priorizando “O sujeito e as interações na cena de apresentação”, apontando quem de fato comunica no novo cenário; “O coloquialismo presente nos textos do MGTV 1ª Edição”, que indica como a enunciação

tenta se aproximar cada vez mais do público; e “As marcações teatrais no telejornal: a Colocação em Cena decreta o fim da bancada no noticiário televisivo”, onde abordamos os deslocamentos e os movimentos de cena dos atores da enunciação e como a naturalidade afeta no sentido enunciativo.

Na terceira análise “Como o público percebe a queda da bancada: a opinião do grupo focal”, a proposta foi auscultar a recepção do telejornal. Tentamos perceber como os telespectadores reagiram à mudança de cenário. Para isso, foi realizado um grupo focal, formado a partir de indivíduos que integram audiência do telejornal com o objetivo de perceber de seus diferenciados componentes, as diversas opiniões a respeito do MGTV 1ª Edição.

Apresentados os caminhos que serão percorridos durante a leitura da dissertação, tomemos as páginas desse trabalho como uma viagem empírica cujo foco é o telejornalismo, uma das paixões dos brasileiros na TV. Que durante o percurso, esse enunciado teórico possa desvendar as estratégias adotadas na atualidade pelos noticiários para aumentar o processo de identificação com o público. Em destaque no noticiário de hoje, a queda da bancada. Em cena a ação! É agora, no MGTV 1ª Edição ou nas reflexões sobre ele.

2) O CENÁRIO CONTEMPORÂNEO: QUANDO A QUESTÃO DAS IDENTIDADES CRUZA COM O IMPÉRIO TELEVISIVO

A partir do século XVII, a Europa deparou-se com um cenário até então jamais visto. Os sujeitos passaram a compartilhar uma nova forma de organização social, estilos de vida e costumes - elementos que logo emergiram em outros países devido à influência mundial do continente. A tudo isso deu-se o nome de modernidade. Para Anthony Giddens (1991), já no século XX, uma nova transformação, e o mundo mergulhou em outra era para além da própria modernidade. “Uma estonteante variedade de termos tem sido sugerida para esta transição, alguns dos quais se referem positivamente à emergência de um novo tipo de sistema social (tal como a ‘sociedade de informação’ ou a ‘sociedade de consumo’)” (GIDDENS, 1991, p. 11).

Stuart Hall trabalha com o conceito de modernidade tardia, outros autores, como Néstor Canclini, analisam o período vigente como pós-modernidade. Homi Bhabha considera que, atualmente, nossa existência é marcada pela experiência de viver “nas fronteiras do ‘presente’, para as quais não parece haver nome próprio além do atual e controvertido deslizamento do prefixo pós: pós-modernismo, pós-colonialismo, pós-feminismo” (BHABHA, 2005, p. 19).

No presente estudo, pretende-se adotar a nomenclatura de contemporaneidade para analisar as transformações globais pelas quais o indivíduo passa. No mundo atual, o sujeito deixa de lado as ancoragens sólidas do passado e dilui-se em um cenário líquido, fluido e fragmentado, em constante mutação. Como este indivíduo encontra-se no universo em que os meios de comunicação são os grandes responsáveis pelas transformações globais e individuais?

Ainda neste capítulo, vamos incorporar ao trabalho as reflexões sobre a televisão e sua influência nas percepções identitárias da contemporaneidade. A força e a penetração da TV no Brasil, um país que, notadamente, adora e incorpora o meio como espelho da sociedade brasileira. O gênero telejornalismo também será discutido como lugar de referência e nova praça pública brasileira onde os fatos são abordados segundo uma dramaturgia noticiosa e reverberados nas conversas do cotidiano.

2.1 A CRISE IDENTITÁRIA E OS REFLEXOS NO SUJEITO COMUNICACIONAL

O mundo está em constante e acelerada mudança que, segundo Giddens, se “desloca de um sistema baseado na manufatura de bens materiais para outro relacionado mais centralmente com informação” (GIDDENS, 1991, p.12). Essas transformações ocorrem dentro do processo de globalização que teria começado, sob a ótica de alguns estudiosos, ainda no século XVI, com a expansão capitalista e da modernidade ocidental. Outros acreditam que a globalização tenha origem no século XX, com as grandes descobertas tecnológicas e inovações na área comunicacional que afetaram os mercados em escala mundial.

O surgimento de um novo cenário no século XX adquiriu contornos sem precedentes na história da humanidade. Para Giddens (1991), a medida em que até mesmo as áreas mais remotas do planeta são colocadas em conexão, “ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da terra – e a natureza das instituições modernas” (GIDDENS, 1991, p.6).

O antropólogo argentino Néstor Canclini (2007) também observa o mundo social como contexto para avaliar a influência da comunicação. Nesse sentido, o mundo, na concepção do autor, foi reordenado em função do fenômeno chamado globalização que tirou de órbita enraizadas relações humanas.

A globalização tornou mais complexa a distinção entre *relações primárias*, em que se estabelecem vínculos diretos entre pessoas, e *relações secundárias*, que ocorrem entre funções ou papéis desempenhados na vida social. O caráter indireto de muitas trocas atuais permite identificar *relações terciárias*, mediadas por tecnologias e grandes organizações: escrevemos para uma instituição ou telefonamos para um escritório e obtemos respostas despersonalizadas, do mesmo modo que quando escutamos um político ou recebemos informações sobre bens de consumo pelo rádio ou pela televisão. [...] o das *relações quaternárias*, em que uma das partes não é consciente da existência da relação: ações de vigilância, espionagem telefônica, bancos de dados que sabem muito dos indivíduos ao reunir suas informações pessoais e de crédito, entre outras. (CANCLINI, 2007, p.27)

Canclini (2008) caracteriza o processo de globalização como uma passagem das identidades modernas a outras pós-modernas. No passado, as características identitárias assumidas eram territoriais e monolinguísticas, consolidadas em regiões logicamente definidas e regidas por uma determinada etnia em um espaço denominado de nação. Com a

mudança de convívio mundial, as identidades pós-modernas caracterizam-se por serem transterritoriais e multilinguísticas. A estrutura é estabelecida muito mais pela lógica de mercado do que pela lógica dos Estados. “A clássica definição *socioespacial* de identidade referida a um território particular precisa ser complementada com uma definição *sociocomunicacional*” (CANCLINI, 2008, p.46).

Para o autor, “os processos globais – e as imagens que os representam – vêm sendo constituídos pela circulação mais fluida de *capitais, bens e mensagens*” (CANCLINI, 2007, p.58). Zygmunt Bauman (2005) corrobora com Canclini ao discorrer sobre a globalização. Ele a vê como uma “‘grande transformação’ que afetou as estruturas estatais, as condições de trabalho, as relações entre os Estados, a subjetividade coletiva, a produção cultural, a vida cotidiana e as relações entre o eu e o outro” (BAUMAN, 2005, p.11).

Se a globalização afetou exponencialmente os mercados mundiais, ela estimulou a potencialidade econômica das sociedades. No entanto, o paradoxo, segundo Canclini (2007), é que a capacidade de ação dos Estados nacionais foi plenamente reduzida, assim como a força dos até então consolidados atores políticos em geral deixando “cambaleante a segurança que dava o fato de pertencer a uma nação” (CANCLINI, 2007, p.19). Com isso, a influência em diversos níveis passa a ser exercida pela comunicação.

A globalização pode ser vista como um conjunto de estratégias para realizar a hegemonia de conglomerados industriais, corporações financeiras, *majors* do cinema, da televisão, da música e da informática, para apropriar-se dos recursos naturais e culturais, do trabalho, do ócio e do dinheiro dos países pobres, subordinando-os à exploração concentrada com que esses atores reordenaram o mundo na segunda metade do século XX. (CANCLINI, 2007, p.29)

Dada a influência da comunicação e o deslocamento do sujeito submetido a dúvidas em torno de questões como “a que lugar pertencço” (CANCLINI, 2008, p.29), as incertezas e perguntas próprias do ser humano adquirem respostas também presentes, talvez tomadas por empréstimo dos meios de comunicação de massa afetando diretamente o conceito de identidades. Canclini propõe que a globalização é muito mais que a fragmentação e recomposição de partes ou um processo de homogeneização, mas sim um, reordenamento das diferenças e desigualdades. Essa percepção é acompanhada de uma recuperação histórica do clima de insatisfação que teria marcado o final do século XX; uma crise dos paradigmas e das certezas. Nesse ambiente, os

meios eletrônicos que fizeram irromper as massas populares na esfera pública foram deslocando o desempenho da cidadania em direção às práticas de consumo. Foram estabelecidas maneiras de se informar, de se entender as comunidades a que se pertence. (CANCLINI, 2008, p.38).

Em função dessas transformações, ganham destaque as crises de identidade, típicas da contemporaneidade.

A homogeneidade cultural promovida pelo mercado global pode levar ao distanciamento da identidade relativamente à comunidade e à cultura local. De forma alternativa, pode levar a uma resistência que pode fortalecer e reafirmar algumas identidades nacionais e locais ou levar ao surgimento de novas posições de identidade. (WOODWARD, 2005, in SILVA, 2005, p.21)

As crises de identidade estão inseridas em um processo amplo de mudanças, que desloca as estruturas, as referências do sujeito, os processos centrais das sociedades modernas e abala o indivíduo no mundo social. Stuart Hall (2001) avalia que as identidades consolidadas estariam em declínio e novas identidades estariam surgindo. “As transformações associadas à modernidade libertaram os indivíduos de seus apoios estáveis nas tradições e nas estruturas” (HALL, 2001, p.25). Bauman (2005) explica que

Quando a identidade perde as âncoras sociais que a faziam parecer “natural”, predeterminada e inegociável, a “identificação” se torna cada vez mais importante para os indivíduos que buscam desesperadamente um “nós” a quem possam pedir acesso. (BAUMAN, 2005, p.30)

Ao verificarmos a substituição de velhas formas de reconhecimento identitário e o surgimento de novas identidades, observamos a fragmentação do indivíduo que é atingido na ideia que cada um tem de si próprio como sujeito unificado e integrado.

Esta perda de um ‘sentido de si’ estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito”. Esse duplo deslocamento – descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos – constitui uma “crise de identidade” para o indivíduo. (HALL, 2001, p.9)

Hall trabalha com três concepções de identidade. O sujeito do Iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno. A primeira delas é baseada em um indivíduo centrado e unificado. Entre as características desse sujeito estão as capacidades da razão, consciência e

ação. O núcleo interior emergia no nascimento e com ele se desenvolvia, ainda que permanecesse “o mesmo – contínuo ou ‘idêntico’ a ele, ao longo da existência do indivíduo” (HALL, 2001, p.11).

A concepção de identidade baseada no sujeito sociológico refletia a complexidade do mundo moderno. O indivíduo tinha a consciência de que não era autônomo ou auto-suficiente, mas sofria influências da relação com o outro. Essa interação fornecia ao sujeito valores, sentidos e símbolos do mundo habitado, influenciando na identidade e na elaboração do “eu”. “A identidade, nessa concepção sociológica, preenche o espaço entre o ‘interior’ e o ‘exterior’ – entre o mundo pessoal e o mundo público” (HALL, 2001, p.11). Nesse aspecto, o sujeito internaliza os significados e os valores das identidades tornando-os “parte de nós”. Esse processo contribuiu para alinhar os “sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural” (HALL, 2001, p.12), estabilizando os sujeitos e os mundos culturais por ele habitados, tornando ambos unificados.

É esse sujeito com a identidade unificada e estável que fragmentou-se e entrou em colapso. As mudanças estruturais e institucionais provenientes do impacto da globalização sobre a identidade cultural são as responsáveis pelo cenário fragmentado, na avaliação de Hall, conferindo o surgimento da terceira concepção de identidade descrita pelo autor. O sujeito pós-moderno é “composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas” (HALL, 2001, p.12). Esse processo, resultado das sociedades modernas, de mudança constante e rápida, produz um indivíduo sem identidade fixa, essencial ou permanente. O ser humano assume múltiplas identidades em momentos diferentes, contraditórias e não unificadas em torno da coerência.

É a partir dessa perspectiva, marcada pela fluidez, que Tomaz Tadeu da Silva conceitua identidade:

[...] não é uma essência; não é um dado ou um fato – seja da natureza, seja da cultura. A identidade não é fixa, estável, coerente, unificada, permanente. A identidade tampouco é homogênea, definitiva, acabada, idêntica, transcendental. Por outro lado, podemos dizer que a identidade é uma construção, um efeito, um processo de produção, uma relação, um ato performativo. A identidade é instável, contraditória, fragmentada, inconsistente, inacabada. A identidade está ligada a estruturas discursivas e narrativas. A identidade está ligada a sistemas de representação. A identidade tem estreitas conexões com relações de poder. (SILVA, 2005, p.96-97)

Bauman (2005) caracteriza essa época como “líquida-moderna” (p.17) e justifica que a

liquidez ou fluidez advém do mundo à nossa volta, repartido em fragmentos mal coordenados. O sujeito, neste universo, torna-se consciente de que o pertencimento e a identidade não têm a “solidez de uma rocha” (p.17). Essas características, antes ancoradas em preceitos imutáveis, agora são bastante negociáveis e não possuem garantias ou validades para toda a vida. “As decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o “pertencimento” quanto para a “identidade” (BAUMAN, 2005, p.17).

Nesse cenário de caos e crise, as identidades ganharam livre curso cabendo a homens e mulheres capturá-las usando de seus próprios artificios. Lugares tradicionais responsáveis pelo sentimento de pertença, como a família, o trabalho e a vizinhança, agora não são mais dignos de confiança absoluta e, dificilmente, aplacam o medo da solidão e do abandono. O Estado-nação também perde o status de fornecedor de confiança natural do ser humano. Antes, cabia ao estado determinar a identidade dos cidadãos desde o nascimento. Ao longo da vida, havia poucas oportunidades de convívio que pudessem incitar dúvidas ou alimentar questões como a velha máxima “quem sou eu?”, “de onde venho?”. A confiança permanece à deriva sem um local digno para aplacar as incertezas ou retomar a solidez do estado pré-moderno. Deixamos para trás a fase sólida da modernidade e estamos mergulhados na fase fluida. Em tempos de modernidade líquida, manter-se livre, desimpedido, flutuante é o *must*. Manter-se inflexível, segundo Bauman, é algo cada vez mais malvisto.

Hall cita Ernest Laclau para abordar a questão da diferença. Para ele, as sociedades da modernidade tardia são caracterizadas pela “diferença” (HALL, 2001, p.17). As inúmeras divisões e até mesmo os antagonismos sociais alcançados pela fragmentação produzem variadas “posições de sujeito”. Essa posição do sujeito nos interessa uma vez que o excesso de informações a qual está exposto e a multiplicidade de vozes representadas na mídia proporcionaram um caos de significações na sociedade da comunicação. Essas significações – ou sentidos – são negociadas nas interações sociais e via meios de comunicação.

2.2 IDENTIDADE E DIFERENÇA

Em tempos de globalização, o conceito de identidade estável e fixa cedeu lugar à questão identitária que perpassa pelos aspectos fluidos e variados. Canclini (2008)

compreende o fenômeno analisando outro elemento forjador de identidades: o consumo. Em um universo em que o consumo é responsável pelo prazer instantâneo, as escolhas sobre o que comprar e o que não comprar estabeleceriam os parâmetros da identidade do sujeito e construiriam sua diferença.

Vamos afastando-nos da época em que as identidades se definiam por essências a-históricas: atualmente configuram-se no consumo, dependem daquilo que se possui, ou daquilo que se pode chegar a possuir. As transformações constantes nas tecnologias de produção no *design* de objetos, na comunicação mais extensiva ou intensiva entre sociedades [...] tornam instáveis as identidades fixadas em repertórios de bens exclusivos de uma comunidade étnica ou nacional. (CANCLINI, 2008, p.30-31)

Partindo dessa reflexão, podemos pensar também no consumo de mídia e de informação como um dos fatores preponderantes nesse quadro. A preferência por “este” ou “aquele” programa e/ou apresentador constitui-se em audiência. Não há limites para o contato com o outro. A globalização rompeu com as fronteiras, conectando pessoas e países, culturas e costumes. Ao conviver com o outro, o sujeito experimenta o encontro com a diferença. Jacques Derrida também analisa o conceito de *différance*. Segundo o autor, citado por Silva (2005), o significado de *différance* está sempre em constante mutação. Ele não é fixo ou completo e se encaixa nos conceitos fluidos da contemporaneidade. Para Tomaz Tadeu da Silva (2005), a identidade é estabelecida de maneira relacional, ou seja, por uma *marcação simbólica* (grifos do autor) em relação a outras identidades. A identidade não é o oposto da diferença, mas depende dela e é marcada por ela. Silva exemplifica que, nas identidades nacionais, os sistemas representacionais que marcam essa diferença podem ser o uniforme, a bandeira do país ou até as marcas de cigarros fumadas pelos cidadãos.

O autor vai além e discorre que a identidade também está vinculada a condições *sociais* e *materiais* (grifos do autor). “Se um grupo é simbolicamente marcado como o inimigo ou como tabu, isso terá efeitos reais porque o grupo será socialmente excluído e terá desvantagens materiais” (SILVA, 2005, p.14). Para ele, o *social* e *simbólico* (grifos do autor), referem-se a dois distintos processos, necessários para a construção e a manutenção das identidades.

A marcação simbólica é o meio pelo qual damos sentido a práticas e a relações sociais, definindo, por exemplo, quem é excluído e quem é incluído. É por meio da diferenciação social que essas classificações da diferença são “vivas” nas relações

sociais. A conceitualização da identidade envolve o exame dos *sistemas classificatórios* que mostram como as relações sociais são organizadas e divididas; por exemplo, ela é dividida em ao menos dois grupos em oposição – “nós e eles”, “sérvios e croatas”. (SILVA, 2005, p.14)

Ao analisar a diferença, é fundamental examinar os sistemas de representação de uma comunidade, que incluem as práticas de significação e os sistemas simbólicos. É por meio desses elementos que os significados são produzidos, posicionando, assim, o sujeito perante o mundo. Os sistemas simbólicos fornecem elementos que dão sentido à experiência que divide e fortalece as desigualdades. É desta forma que alguns grupos são excluídos ou estigmatizados.

É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Podemos inclusive sugerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo no qual podemos nos tornar. A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar. (SILVA, 2005, p.17)

Estes sistemas de classificação dão ordem à vida social, sendo afirmados e evidenciados nas falas e nos rituais. O fato pode proporcionar oposições binárias, ou seja, a diferença pode ser fundamentada de forma negativa – promovendo a exclusão ou marginalização do sujeito ou “celebrada como fonte de diversidade, heterogeneidade e hibridismo, sendo vista como enriquecedora” (SILVA, 2005, p. 50). Esse dualismo gera uma maior valorização de “um” em detrimento ao “outro”. Enquanto um é a “norma”, o outro é o “desviante”. Portanto, “assim como a identidade depende da diferença, a diferença depende da identidade. Identidade e diferença são, pois, inseparáveis” (SILVA, 2005, p.75).

A globalização permite a apreensão de fragmentos de outras culturas e, ao mesmo tempo, temos a possibilidade de refazer o que imaginávamos do outro, por intermédio da interação social. “Ao situar essas relações interculturais nas condições da globalização, temos de começar a dizer de que maneira esses vínculos são imaginados atualmente pelas indústrias culturais, narrados em mensagens televisivas e eletrônicas e administrados por *lobbies* empresariais”. (CANCLINI, 2007, p.133)

No mundo contemporâneo, entre as principais fontes de identidade cultural estão as

culturas nacionais. Como a identidade não é algo acabado, ela é mutável e fluida, Hall comenta que deveríamos falar de identificação, uma vez que ele a vê como um processo em andamento. “A identidade surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de uma falta de inteireza que é ‘preenchida’ a partir de nosso *exterior*, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por *outros*” (HALL, 2001, p.39).

Hall reitera a preocupação com a identidade nacional, das características com as quais não nascemos, mas são fundamentadas e transformadas no interior da *representação* (grifo do autor). “Essas identidades não estão literalmente impressas em nossos genes. Entretanto, nós efetivamente pensamos nelas como se fossem parte de nossa natureza essencial” (HALL, 2001, p.47). Roger Scruton e Ernest Gellner defendem que “sem um sentimento de identificação nacional o sujeito moderno experimentaria um profundo sentimento de perda subjetiva” (SCRUTON e GELLNER apud HALL, 2001, p. 48).

Para compreender melhor o conceito, Hall exemplifica que “uma cultura nacional é um *discurso* – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos” (HALL, 2001, p.50). Por intermédio da cultura nacional, são formuladas as características identitárias de uma nação que podem ser entendidas como fonte de significado e experiência de um povo. Para Calhoun, todo grupo precisa de um nome, idioma ou cultura. O conjunto desses elementos constitui a distinção entre o outro e eu, entre o nós e eles. “O autoconhecimento – invariavelmente uma construção, não importa o quanto possa parecer uma descoberta – nunca está totalmente dissociado da necessidade de ser conhecido, de modos específicos pelos outros” (CALHOUN, 1994, p. 9-10, apud CASTELLS, 2003, p.2).

Também Benedict Anderson relaciona o conceito ao campo da percepção, social, e considera a identidade nacional como uma “comunidade imaginada”, na qual a identidade nacional é totalmente dependente da ideia que fazemos dela. O autor ainda argumenta que as diferenças entre as nações estão nas diferentes maneiras nas quais são imaginadas. No mundo contemporâneo, marcado pelo colapso das velhas certezas e pelas novas formas de posicionamento do sujeito, as “comunidades imaginadas” estão constantemente contestadas e reconstituídas.

Para Hall, a narrativa a respeito de um país, é contada e recontada nas histórias orais, nas literaturas oficiais da nação, na mídia e até mesmo nas manifestações da cultura popular.

Essa narrativa é fundamental porque imprime significado à monotonia da existência humana, interligando vidas. Bauman (2005) complementa analisando que a globalização contribui para o enfraquecimento do Estado, que não tem mais o poder de manter a união sólida e inabalável da nação.

Até mesmo o patriotismo, o ativo mais zelosamente preservado pelos Estados-nações modernos, foi transferido às forças do mercado e por elas remodelado para aumentar os lucros dos promotores do esporte, do *show business*, de festividades comemorativas e da indústria da *memorabilia*. No outro extremo, as pessoas em busca de identidade encontram pouca segurança, para não falar em plenas garantias, dos poderes do Estado. (BAUMAN, 2005, p.34)

Com isso, resta aos cidadãos imaginar as características identitárias adquiridas por eles ao nascer e viver cotidianamente em um país. Hall exemplifica traduzindo a concepção de “comunidade imaginada” que são as memórias vividas no passado. Mesmo que o passado seja reconstruído apenas na imaginação, diante do enfraquecimento do Estado, nota-se a tentativa de perpetuação da herança. Em um ambiente fluido, esta sensação proporciona uma certeza em meio ao ambiente de mudança. Isso sem falar no desejo de viver em conjunto que faz com que todos os sujeitos estejam unidos. Os mitos fundadores criam laços e unem os componentes daquela comunidade imaginada.

Um mito fundador remete a um momento crucial do passado em que algum gesto, algum acontecimento, em geral heroico, épico, monumental, em geral iniciado ou executado por alguma figura ‘providencial’, inaugurou as bases de uma suposta identidade nacional. Pouco importa se os fatos assim narrados são ‘verdadeiros’ ou não; o que importa é que a narrativa fundadora funciona para dar à identidade nacional a liga sentimental e afetiva que lhe garante uma certa estabilidade e fixação, sem as quais ela não teria a mesma e necessária eficácia. (SILVA, 2005, p.85)

Ainda que as identidades nacionais permaneçam fortes, as identidades locais, regionais e comunitárias têm conquistado mais importância na contemporaneidade.

2.3 A IMPORTÂNCIA DO LOCAL DIANTE DO GLOBAL

A influência da globalização na contemporaneidade produz alguns outros resultados em termos de identidade. Para Giddens (1991), o fenômeno provocado pelo desencaixe das instituições promove múltiplas possibilidades de mudanças, entre elas, a conexão entre o local

e o global – formas impensadas em outras sociedades. Esse novo conceito provoca transformações globais que causam mudanças nos padrões de produção e consumo e, desta forma, produzem identidades novas e globalizadas. Canclini (2008) discorre sobre o fato de que as identidades, que antes baseavam-se nas comunicações orais e escritas mediante as interações entre os sujeitos, operam, agora, por meio da produção da indústria cultural. Para ele, é nos cenários informacionais e comunicacionais que se configuram e se renovam as identidades. Se, por um lado, a globalização provoca a homogeneização da cultura levando ao distanciamento das comunidades em relação aos aspectos locais, o fenômeno também pode gerar a resistência de alguns grupos diante do mercado global. Essa “contracultura”, alcançada de maneira alternativa, pode reafirmar algumas identidades nacionais e locais ou levar ao surgimento de novas posições.

Essa concepção também é defendida por Hall. Para ele, se por um lado as identidades nacionais estão sendo homogeneizadas com o impacto do global, há também a fascinação e um novo interesse pelo local. Assim, o teórico imagina o fortalecimento de uma nova lógica estabelecida entre a articulação do global com o local. “Este ‘local’ não deve, naturalmente, ser confundido com velhas identidades, firmemente enraizadas em localidades bem delimitadas. Em vez disso, ele atua no interior da lógica da globalização” (HALL, 2001, p.78). Hall questiona se, em tempos globais, existe a possibilidade de existência de um sentimento de identidade coerente e integral. O próprio autor propõe que a possibilidade real é acontecer exatamente o contrário: “o alargamento do campo das identidades e uma proliferação de novas posições-de-identidades” (HALL, 2001, p.84), fortalecendo as identidades locais ou a produção de novas identidades.

Canclini argumenta que a globalização destrói ou enfraquece determinada produção cultural, concedendo às atividades periféricas a oportunidade de mergulho nas tradições locais, regionais ou comunitárias. A constatação ganha o reforço de Hall. “Colocadas acima do nível da cultura nacional, as identificações ‘globais’ começam a deslocar e, algumas vezes, a apagar as identidades nacionais” (HALL, 2001, p.73). É nesse ponto que a constituição de uma identidade simbólica comunitária ganha reforço. Silva (2005) corrobora a fala dos demais autores e ratifica o entendimento de que a formação da identidade também ocorre nos níveis local e pessoal, em função das mudanças nas estruturas sociais.

Silva cita Ernesto Laclau, que cunhou a expressão deslocamento, para compreender a

conceituação. Se antes vivíamos em meio a identidades fixas, hoje, estamos diante de uma pluralidade de centros. O deslocamento torna-se revelador, uma vez que vivemos diante de inúmeros e diferentes locais a partir dos quais o sujeito pode adquirir novas identidades e também a partir dos quais novos cidadãos podem se expressar. Para o autor, as identidades são produzidas em momentos particulares do tempo, e podem ser absorvidas diante dos inúmeros novos movimentos sociais surgidos na contemporaneidade.

Para entender a emergência e a força do local diante do global, basta analisar os efeitos da globalização diante da difusão maciça facilitada pelas novas tecnologias de reprodução e comunicação. Canclini (2007) avalia que, diante desse cenário, há um reordenamento dos campos simbólicos, orquestrados por um mercado controlado por poucos gestores. Esses campos geram públicos ao redor do mundo com gostos semelhantes e a mesma dúvida: “a que lugar eu pertencço?” (CANCLINI, 2007, p.153). A globalização leva o sujeito a reimaginar sua localização, uma vez que ela encontra-se obscura e incerta. O lugar de pertencimento, antes enraizado e ancorado em alicerces sólidos e imutáveis cede terreno às incertezas entendidas anteriormente por “lugar”.

Quando a identidade perde as âncoras *sociais* que a faziam parecer “natural”, predeterminada e inegociável, a “identificação” se torna cada vez mais importante para os indivíduos que buscam desesperadamente um “nós” a que possam pedir acesso. (BAUMAN, 2005, p.30)

Essa interdependência global está promovendo um colapso nas identidades culturais fortes, sendo responsável pela fragmentação dos códigos culturais. Para Hall (2001), os fluxos de informações entre as nações e o consumismo global criam possibilidades de identidades partilhadas. E “à medida em que as culturas nacionais tornam-se mais expostas a influências externas, é difícil conservar as identidades culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas através do bombardeamento e da infiltração cultural” (HALL, 2001, p.74).

Bauman teoriza que é nesse aspecto que os habitantes da liquidez do mundo moderno são diferentes. “Construímos e mantemos as referências comunais de nossas identidades *em movimento* – lutando para nos juntarmos aos grupos igualmente móveis e velozes” (BAUMAN, 2005, p.32). Esse agrupamento torna-se necessário para manter os grupos vivos por um período que pode ser curto diante da rapidez e constante movimento da contemporaneidade. “No admirável mundo novo das oportunidades fugazes e das seguranças

frágeis, as identidades ao estilo antigo, rígidas e inegociáveis, simplesmente não funcionam” (BAUMAN, 2005, p.33).

A variedade de informação à qual o indivíduo está sujeito influencia diretamente a composição identitária dos grupos. Os estilos são provenientes de muitos locais de pertencimento além do próprio, tornando o cidadão múltiplo e flexível. Canclini concebe uma realidade articulada entre múltiplas diferenças, imaginando “os lugares de pertencimento residindo e viajando dentro da cidade e entre cidades” (CANCLINI, 2007, p.153). Essa facilidade de passagem de um local para o outro que estimula e oferece a sensação de pertencimento são provenientes da quebra da noção de tempo e espaço, elementos característicos da atualidade.

2.4 A GLOBALIZAÇÃO E O ESFACELAMENTO DAS NOÇÕES DE TEMPO E ESPAÇO

Como visto anteriormente, a contemporaneidade é caracterizada pelo “descontinuidade” e pela ruptura. Anthony Giddens (1991) analisa que as sociedades modernas são marcadas por mudanças constantes e rápidas. Entendermos esse aspecto nos auxilia a analisar a noção de deslocamento de tempo e espaço, uma das principais transformações das sociedades atuais. Nas sociedades pré-modernas, o espaço e o tempo coincidiam porque eram dominados pela “presença”. Hall (2001) discorre que o lugar era específico, conhecido, familiar e até mesmo delimitado. Ele era o terreno do convívio social que tanto influenciou a população ao longo de séculos moldando e formando as identidades. O lugar estava estreitamente ligado com as identidades por ele proporcionadas. Com o advento da modernidade, esse conceito de presença é arrancado do sujeito que passa a manter relações entre outros de maneira “ausente”.

A interação face a face é substituída pela distância. Hall considera que a aceleração dos processos globais põe abaixo as noções limítrofes e fronteiriças. A sensação é a de que o mundo é menor e, conseqüentemente, as distâncias mais curtas. O que acontece em um lugar tem impacto imediato sobre outro espaço e as pessoas que vivem nele. Giddens complementa que o lugar torna-se cada vez mais fantasmagórico porque são penetrados e moldados sofrendo influências apesar da distância. É como se o maestro alcançasse a harmonia dos músicos e regesse um coral sem estar ao lado dos artistas. “O que estrutura o local não é

simplesmente o que está presente na cena; a “forma visível” do local oculta as relações distanciadas que determinam sua natureza (GIDDENS, 1991, p.27).

Giddens (1991) questiona que a separação entre tempo e espaço é crucial para a compreensão do dinamismo da modernidade. “A separação entre tempo e espaço e sua formação em dimensões padronizadas, ‘vazias’, penetram as conexões entre a atividade social e seus ‘encaixes’ nas particularidades dos contextos de presença” (GIDDENS, 1991, p. 28). Para ele, compreender esta dinâmica revela o vazio em que vivemos. A separação entre tempo e espaço escancara a formação padronizada das relações. As conexões entre a atividade social e os contextos de presença são efêmeros. O autor vai além ao dizer que as relações sociais de interação estão se reestruturando “através de extensões indefinidas de tempo-espaço” (GIDDENS, 1991, p. 29).

As organizações modernas, segundo Giddens, disponibilizam o local e o global de maneira impensável em sociedades tradicionais, afetando a vida e o cotidiano de milhares de pessoas. Além disso, outra consequência da quebra da noção de tempo e espaço articulada no passado de maneira tão distinta da atual tem reflexos na historicidade das comunidades. O registro histórico fica condicionado a esses novos contextos provocando o que Hall considera um colapso das identidades culturais fortalecidas ao longo do tempo e produzindo a fragmentação de novos códigos culturais inspirados em uma multiplicidade de estilos.

O sujeito incorpora novas formas de pertencimento com a ajuda externa em que o espaço físico de convívio tem cada vez menos importância. Nesse contexto, os meios de comunicação passam a atuar como “reorganizadores” do espaço social.

A expansão territorial e a massificação da cidade, que reduziram as interações entre os bairros, ocorreram junto com a reinvenção de laços sociais e culturais que passam através do rádio e da televisão. Atualmente, são estes meios que, com sua lógica vertical e anônima, diagramam os novos vínculos invisíveis da cidade (CANCLINI, 2008, p.102).

Nestas novas formas de pertencimento, a “tecnologia e os meios de comunicação reorganizam o social, transformando-se na principal argamassa para as cartografias pós-nacionais” (COUTINHO & MUSSE, 2009, p.17). A concepção das autoras dialoga com as reflexões de Canclini (2007) que discorre que é por intermédio dos meios de comunicação de massa que se abre a possibilidade de convívio em novo formato de espaço público.

Os *circuitos* midiáticos ganham mais peso que os tradicionais *locais* na transmissão de informações e imaginários sobre a vida urbana e, em alguns casos, oferecem novas modalidades de encontro e reconhecimento, como a comunicação através do rádio e da televisão (CANCLINI, 2007, p.159).

Canclini (2008) faz uma pequena reflexão para demonstrar a importância dos meios de comunicação nos processos que geram os sentimentos de pertença e da apropriação de identidades. Ele lembra que a identidade era uma construção narrativa estabelecida pelos acontecimentos fundadores de uma nação, quase sempre relacionados à posse de um território por um povo ou à independência obtida pelo enfrentamento. Essas façanhas passavam de geração a geração pela comunicação oral, rituais cívicos e auxílio dos livros e museus. Esses elementos “foram durante muito tempo os dispositivos com que se formulou a identidade de cada nação (assim, com maiúscula) e se consagrou sua retórica narrativa” (CANCLINI, 2008, p.129).

Ainda na primeira metade do século XX, coube ao rádio e ao cinema a organização desses relatos da identidade e o sentido de cidadania dos grupos sociais. De lá para cá, principalmente a partir de 1950, Canclini avalia que “a principal via de acesso aos bens culturais, além da escola, são meios eletrônicos de comunicação” (CANCLINI, 2008, p.182). Por isso torna-se tão importante analisar e entender como os meios de comunicação, em particular a televisão, dão novo sentido ao mundo. É por intermédio da TV, de sua grande centralidade na sociedade brasileira, que formamos nossas relações comunicativas constituindo nosso universo simbólico e da maneira como percebemos e damos significados à realidade.

2.5 A FORÇA DA TELEVISÃO NO PROCESSO DE IDENTIFICAÇÃO DO TELESPECTADOR

Em tempos atuais onde a globalização inspira mudanças comportamentais, o sujeito incorpora novas formas de pertencimento por intermédio do diálogo com outros atores sociais como a mídia e, especialmente, a TV. O espaço físico de convívio tem cada vez menos importância. Nesse contexto, os meios de comunicação passam a atuar como “reorganizadores” do espaço social.

A expansão territorial e a massificação da cidade, que reduziram as interações entre os bairros, ocorreram junto com a reinvenção de laços sociais e culturais que passam através do rádio e da televisão. Atualmente, são estes meios que, com sua lógica vertical e anônima, diagramam os novos vínculos invisíveis da cidade. (CANCLINI, 2008, p.102)

Destacou-se em diálogo com autores, como Canclini, que os meios de comunicação negociam sentidos por meio das formas de contato e partilha. A TV apresenta-se como âncora por ser entendida como forma de representação da realidade. O veículo é um dos principais meios nos quais há o debate sobre a identidade em função de sua força, centralidade e por estimular novas experiências e formas de socialização.

Além disso, na concepção dos autores italianos Casetti e Chio (1999), a TV oferece recursos para que o telespectador possa assumir outras identidades, viver experiências distintas das suas ou criar situações diferentes das cotidianas. Freire Filho (2009) reconhece a força da TV como uma das mais poderosas existentes uma vez que canaliza o que ele denomina de “imenso fluxo de representações da condição humana” (FREIRE FILHO, 2009, p.14). O estudioso francês Dominique Wolton (1996) confere à TV o papel de fio condutor ao contribuir para decifrar uma situação em movimento. Em meio ao “quebra-cabeça” da modernidade, a televisão ajudou os telespectadores a se localizarem em uma sociedade em plena transformação que os obrigavam a viver diante de inúmeras e fragmentadas identidades.

Casetti e Chio (1999) teorizam sobre o papel do meio televisivo na construção da identidade. Para eles, a função social exercida pela TV no mundo globalizado provoca interferências na personalidade do público. De acordo com os teóricos, essa influência, as relações entre os meios e a formação da identidade social ficaram evidentes desde os primeiros estudos sobre comunicação de massa. É por intermédio do debate sobre a identidade que são estabelecidos os mecanismos que investigam o meio. Se a identidade não é mais algo estável, ela é absorvida pelas influências sociais. Nesse sentido, as características do indivíduo contemporâneo são produto das relações que cada um estabelece com o outro e a TV é a grande fomentadora desse elo. Para os autores italianos a TV transforma e reorganiza os ambientes sociais.

Fischer (2003) corrobora com as discussões a respeito. A autora ratifica que a TV é parte integrante dos “processos de produção e circulação de significações e sentidos” (FISCHER, 2003, p.15), absorvendo e processando o que ocorre no tecido social, “de tal

forma que ‘tudo’ deve passar por ela, ‘tudo’ deve ser narrado, mostrado, significado por ela. Não há dúvidas, por exemplo, de que a TV seria um lugar privilegiado de aprendizagens diversas” (FISCHER, 2003, p.16). A autora complementa afirmando que, “hoje, um dos modos privilegiados de estar no espaço público é estar na mídia, é estar na tela da TV” (FISCHER, 2003, p.16).

Freire Filho (2009) discorre sobre os significados e as representações que a televisão carrega.

A televisão deve “representar”, deve evocar e instalar sentidos, e isto sem causar incômodos ou dificuldades – ela deve “escorrer” significados. [...] ela deve buscar eficiência na execução de seu papel; e este se exerce muito no campo dos afetos, das emoções despertadas. Sem causar grandes perturbações, a televisão tem que fazer sentir – fazer rir, fazer chorar, provocar medo ou comoção. [...] A estética da televisão é uma estética de roçar; é feita para causar arrepios, e não para deslocar (o que não significa que tal não possa acontecer). [...] ela convoca (suscita) a integração de seu público através de um liame particular, que é a construção de um ponto de vista geral, um sentido comum, um julgamento coletivo. (FREIRE FILHO, 2009, p.36)

Wolton (1996) conferiu ao campo teórico sobre a TV uma de suas maiores contribuições para compreensão do veículo - a definição do que seria laço social. Em sua concepção, a televisão constitui uma mudança radical na história da comunicação, uma mídia muito mais referencial que seu antecessor, o rádio. A inserção da imagem seduziu o espectador que se viu diante de um artefato que produzia o mesmo sentido conferido ao sujeito ao acordar e abrir as janelas de sua casa, deixando as influências do ambiente externo entrar. Para o francês, a TV é a janela para o mundo, um espelho da sociedade, que provê o cidadão de meios para compreensão acerca do universo em que vive, para além do cotidiano, incentivando-os a interessar pelo mundo exterior. A televisão disponibiliza um fluxo inesgotável de informações.

O contato entre culturas diferentes promove a hibridização e a sincronização entre elas. Como a comunicação anula as distâncias de tempo e espaço entre os grupos, o contato entre indivíduos pertencentes a comunidades e culturas diversas torna-se facilitado. Por isso, Wolton é categórico ao afirmar que a televisão, nas sociedades contemporâneas, é tão importante quanto a educação, a saúde ou a defesa. Para ele, a TV é “companheira das nossas solidões, testemunha de nossa vida cotidiana, memória do tempo imóvel” (1996, p.11). Wolton define o veículo como um “formidável instrumento de comunicação entre os

indivíduos” (1996, p.16), um objeto de conversação. Uma experiência de sentidos definida por ele como laços sociais.

o laço entre os indivíduos e o laço entre as diferentes comunidades constitutivas de uma sociedade. Se a comunicação consiste em estabelecer alguma coisa de comum entre diversas pessoas, a televisão desempenha um papel nessa reafirmação cotidiana dos laços que juntam os cidadãos numa mesma comunidade. (WOLTON, 1996, p.135).

O autor acredita que “o mais importante não é o que se vê, mas o fato de se falar sobre isso” (1996, p.16). É nesse aspecto que ela é um laço social indispensável em uma sociedade em que os cidadãos ficam frequentemente isolados em suas casas, solitários.

Ela é a única atividade a fazer ligação igualitária entre ricos e pobres, jovens e velhos, rurais e urbanos, entre os cultos e os menos cultos. Todo mundo assiste à televisão e fala sobre ela. Qual outra atividade é, hoje, tão transversal? Se a televisão não existisse, muita gente sonharia em inventar um instrumento capaz de reunir todos os públicos. Isso é o que é a unidade teórica da televisão. (WOLTON, 1996, p.16)

Dominique Wolton destaca, ainda, outras dimensões positivas da TV ao oferecer uma comunicação na escala global de nossas sociedades. É o principal, mais igualitário e democrático meio de informação e divertimento do público, além de oferecer um laço social e um fator de identidade nacional.

Ela também é um instrumento de libertação, pois cada um se serve dela como quer, sem ter de prestar contas a ninguém: essa participação à distância, livre e sem restrições, reforça o sentimento de igualdade que ela busca e ilustra o seu papel de laço social. (WOLTON, 1996, p.65)

Para Wolton, a televisão ocupa um lugar determinante na vida de cada um uma vez que possui como características pilares o espetáculo, a identificação, a representação e a racionalização. Ainda nesse contexto, o autor francês destaca que o fato de a televisão ser destinada a um público anônimo e heterogêneo a faz produzir imagens cuja recepção e interpretação ninguém domina. “É por isso que a televisão é uma forma de comunicação bastante particular em nossa sociedade: *a significação parcialmente aleatória da mensagem resulta de uma interação silenciosa com um público inapreensível.*” (WOLTON, 1996, p.68). Por ser o principal instrumento de percepção de mundo da grande maioria da população, a TV

contribui para retratar e modificar as representações sociais.

Caseti e Di Chio (1999) concordam com o francês ao teorizar que a televisão atua na construção de sentido, mas não “entrega” ao destinatário um sentido definido, e sim, facilita a interpretação de quem assiste a programação. A tese de Stuart Hall de que a comunicação não tem nada de natural é citada pelos italianos. Para Hall, tanto a construção como a interpretação de mensagens são operações radicadas na sociedade do qual, evidentemente, a audiência faz parte. Mas, para ele, a audiência é um agregado de grupos ligados a estrutura social e a cultura dominante. Por isso, segundo os italianos Caseti e Di Chio, a leitura que fazemos do conteúdo vai variar de acordo com o ponto de vista (dominante, negociado ou de oposição).

Para Sonia Livingstone, o receptor interpreta a mensagem de diferentes formas, processando-a através de esquemas mentais individuais ou coletivos. O sentido, neste caso, depende de fatores como as experiências de recepção e as informações pessoais que o indivíduo acumula ao longo de sua história de vida. Caseti e Di Chio avaliam que a TV compõe uma rede discursiva. Serve de fomento para debates e se apresenta como um motor de comunicação em casa ou no trabalho. Em alguns momentos, quando o telespectador fala do que assiste, projeta a própria vida facilitando, inclusive, a compreensão do mundo em que vive. James Lull (*apud* CASETI & DI CHIO, 1999) pondera que a televisão auxilia e contribui para as conversações familiares sugerindo temas e facilitando explicações.

Diversos autores brasileiros vão reforçar esse lugar da TV como referência importante na construção de identidades em nosso país. Flávio Porcello (2009) avalia a influência da TV nos campos político e social. “É entre os meios convencionais de comunicação, sem a menor sombra de dúvida, a mais influente forma de persuasão política e disseminadora de modelos e práticas sociais”. (PORCELLO, 2009, p.47). Temer (2010) posiciona a televisão em local de destaque nas residências. Ela seria “o ponto focal da família, no qual veem as novelas, programas de auditório, *realitys-shows* e, é claro, o telejornal” (TEMER, 2010, p.101). Autores como Wolton (1996) e Silverstone (1994), citados por Coutinho (2012), chamam a atenção para a presença da televisão na sociedade e a naturalidade com que faz parte do cotidiano.

[...] a experiência que se tem da televisão é a experiência do mundo: “[...] Nos oferece prazer e nos aborrece quando nos questiona. Nos dá oportunidade de sermos socializados e também solitários. [...] A televisão nos parece hoje natural como parece

a vida cotidiana.’ (SILVERSTON, 1994, p.20 apud COUTINHO, 2012, p.33)

Ao analisar a influência do meio, Trinta (2008) comenta que o telespectador manifesta comportamentos diversificados influenciados pelos programas assistidos que auxiliam na implicação identitária. Isso, segundo ele, preconiza o processo de identificação via TV.

Manifesta-se um processo de identificação quando se torna a própria *identidade* co-extensiva à de alguma outra pessoa, personalidade ou personagem; quando há apropriação (compenetração de ideias, crenças, atitudes e sentimentos) da *identidade* aparente de uma pessoa, personalidade ou personagem; enfim, quando transparece uma fusão intencional da própria *identidade* à uma pessoa, personalidade ou personagem. (TRINTA, 2008, p.36)

Essas influências identitárias são construídas seja nos produtos de caráter ficcional ou nos telejornais, nosso objeto de estudo.

2.6 TELEJORNALISMO: O BRASIL NA TELA DA TEVÊ

Vários teóricos que analisam a televisão discorrem que ela é o “espelho” da sociedade. Se ela reflete o que está à nossa volta, significa que a sociedade se vê na tela da tevê. Wolton (1996) conclui que, “ao fazer a sociedade refletir-se, a televisão cria não apenas uma imagem e uma representação, mas oferece um laço a todos aqueles que a assistem simultaneamente” (WOLTON, 1996, p.124). O francês complementa que, ao se apresentar como um dos únicos exemplos em que a sociedade se reflete, a TV permite que cada um dos telespectadores tenha acesso a essa representação.

Sean Hagen (2008) considera que desde seu surgimento, na década de 1950, a televisão apresentou um amplo repertório de obras criativas. Essa performance a gabaritou o suficiente para incluí-la entre os fenômenos culturais mais importantes de nosso tempo “Nos últimos anos, a televisão vem se firmando como principal meio de comunicação massiva na sociedade. [...] cada vez mais ela define não só o que deve ser visto como informação, mas ela própria adquire o *status* de informação” (HAGEN, 2008, p.29).

Freire Filho (2009) corrobora argumentando que, com o enfraquecimento das ancoragens sólidas, “a humanidade projeta no sonho do retorno comunitário sua aspiração de

conforto e segurança [...] o local e o doméstico ganham cada vez mais relevo e importância” (FREIRE FILHO, 2009, p.37). A televisão surge como uma resposta a essa tendência de retorno ao próximo e à necessidade de segurança.

Sobretudo no âmbito dos telejornais, cresce o enfoque da realidade cotidiana, da vida de todos os dias, do entorno, das práticas comunitárias. Tanto os perigos, a violência e o desregramento da vida urbana são monitorados e denunciados, como as práticas de proteção, os gestos de solidariedade, as histórias edificantes são valorizadas e ressaltadas. (FREIRE FILHO, 2009, p.37).

Enfocando a realidade cotidiana, a televisão se apresenta ao público como uma ferramenta de fácil acesso para compreensão do mundo. Seja pela informação, seja pelo entretenimento, a TV ocupa um lugar na vida das pessoas, “[...] constituindo assim a principal janela aberta para um outro mundo, diverso da vida cotidiana” (WOLTON, 1996, p. 45). A programação televisiva é classificada por Coutinho (2012) como uma espécie de grande narrativa do mundo moderno.

Coutinho (2012) cita José Arbex Júnior, para quem a influência e a importância da televisão no Brasil se relacionam ao fato de a cultura brasileira privilegiar a percepção visual como fonte de conhecimento. Em uma sociedade marcada pela hegemonia audiovisual, seria na televisão que o país se encontraria. As emissões televisivas no Brasil, portanto, exercem forte impacto na “construção do conhecimento, ainda que cotidiano, e no processo de informação da grande maioria da população” (COUTINHO, 2012, p. 16). Bucci vai além e defende que “[...] fora da TV, talvez seja muito improvável encontrar algum Brasil para ser visto” (BUCCI apud COUTINHO, 2012, p. 42), porque “a televisão é o lugar onde as coisas acontecem” (BUCCI apud COUTINHO, 2003, p. 202).

No Brasil, a televisão se apresenta como um dos veículos de maior importância entre os cidadãos. Dados do IBGE (2011)¹ reforçam essa força e revela a presença do aparelho nas residências da nação. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad/2011), o número de domicílios que têm pelo menos um aparelho de televisão em casa supera o dos que têm geladeira. Em 2011, 59,4 milhões de lares possuíam televisão, o que corresponde a 96,6% do total. Já o número dos que tinham geladeira era de 58,7 milhões (95,8%).

¹http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=2222&id_pagina=1
<Acesso em 11/10/2012, 14h44>

Outra pesquisa encomendada pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom)² aponta que a televisão é o meio com maior abrangência no país. Os canais abertos são vistos por 83,5% da população, sendo a Rede Globo a emissora favorita apontada pelos brasileiros. Os telejornais foram considerados por 65% dos entrevistados como os programas de maior relevância.

O francês Dominique Wolton reconhece a força e o apelo da TV no Brasil. O país e a Globo, especificamente, já foram objeto de seus estudos. Em suas pesquisas, o teórico reconheceu o sucesso e o papel nacional da emissora generalista de massa que, segundo ele, é “assistida por todos os meios sociais, e que pela diversidade de seus programas constitui um poderoso fator de integração nacional” (WOLTON, 1996, p.153). Ao sentarmos diante da TV, temos a sensação de que “não estamos em casa” (WOLTON, 1996, p.304). Nos transportamos para outro lugar a partir da própria residência, provocando a sensação de que o telespectador participa livremente da ordem social confortavelmente de sua poltrona. “Ela é o grande relógio da nossa vida cotidiana, que marca o ritmo imutável dos dias que passam” (WOLTON, 1996, p.318).

Coutinho formula que “a fonte principal de informação, no Brasil, é a televisão” (COUTINHO, 2012, p. 43). O telejornal é a mais importante manifestação do telejornalismo. A necessidade de compreender o mundo globalizado e de ter acesso ao maior número possível de informações é preenchida pelo jornalismo visto na TV. A autora avalia que a “televisão garantiria um acesso mais universal ao conhecimento dos fatos, nas notícias, sem limitações de grau de escolaridade” (COUTINHO, 2012, p. 16). Coutinho recorre a Rui Cádima para analisar a importância da televisão. .

[...] é ainda, na maior parte das vezes, a principal ou a única fonte de informação sobre a realidade do mundo contemporâneo para o ‘grande público’. [...] seu discurso se apresenta, inclusivamente, como legitimador de uma nova ordem do mundo através da televisão”. (CÁDIMA, 1995, p.130 apud COUTINHO, 2012, p. 44)

No Brasil, o telejornalismo representa um lugar de referência para os cidadãos. Alfredo Vizeu e João Carlos Correia (2008) recorrem a Canclini para justificar que o telejornalismo exerce uma função muito semelhante à da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo. A referência nesse caso faria com que os telejornais atuassem como um laço estruturante. Todos, de forma invisível, conectados diante da tela da TV.

²http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=6761 <Acesso em 11/10/2010, 14h49>

O telejornalismo, segundo Vizeu (2008, p.7) cumpre a “função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade” hoje dispersa. O mundo que circunda o sujeito, agora, é organizado pelo telejornal, que se apresenta como um novo lugar de sentido onde os temas nacionais ganham visibilidade. Vizeu completa argumentando que “o telejornal é hoje a grande *praça pública* do Brasil” (2008, p.7) onde todos discutem, comentam e se “encontram” de forma invisível.

É fundamentalmente ao assistir aos noticiários televisivos que significativa parcela da população entra em contato com o mundo e “abastece” seu repertório com informações e notícias capazes de possibilitar sua inserção nas conversas cotidianas e mesmo sua orientação no tempo “presente”. (COUTINHO, 2012, p. 43-44)

Becker (2009) afirma que os telejornais são “os produtos de informação de maior impacto na contemporaneidade” (BECKER, 2009, p.81) e se consolidaram como um território simbólico, onde os sujeitos de diversas classes sócio-culturais experimentam sentimentos de cidadania e pertencimento. “Os noticiários televisivos funcionam no Brasil como expressão única e coletiva de representação e construção da realidade social, refletindo e interferindo na expressão das identidades nacionais” (BECKER, 2009, p. 85).

Esses vínculos do telespectador com a TV se materializam ainda em números de audiência, imprescindíveis para que as emissoras obtenham verbas junto ao mercado publicitário. O telespectador seria como um sujeito ativo na construção do “fazer” jornalismo para a TV. A escolha de pautas, a utilização da linguagem, a produção do cenário, enfim, todos esses elementos, juntos, buscam reforçar as relações identitárias e de pertencimento entre emissoras, programas e seus públicos e também garantir credibilidade e lucro.

A perspectiva do telespectador-usuário como agente no processo de comunicação, subverte a forma de distribuição unilateral e a recepção passiva de informações, e aponta para uma nova maneira de pensar a relação entre produtores e consumidores, entre televisão e sociedade, entre jornalistas e cidadãos, sugerindo uma reconfiguração na mediação jornalística televisiva, novas relações entre o jornalista, os telespectadores-usuários, as fontes e os fatos sociais, o que demanda novas investigações sobre os noticiários televisivos. (BECKER In: VIZEU; PORCELLO; COUTINHO, 2009, p.88)

Para Vizeu e Correia, o telejornal é “como uma *janela* para a realidade, mostrando que o mundo circundante existe [...]” (VIZEU; CORREIA, 2008, p. 21). Segundo Vizeu (2005), o

jornalismo não reproduz o real, mas contribui para a (re)construção social da realidade. O jornalismo não é um espelho da realidade porque é construído por inúmeros códigos e vozes. Ao escolher uma informação ou realidade a ser exibida na tela da TV – com a definição da pauta, o processo de apuração, construção da reportagem e edição, os fatos elencados são reconstruídos pelos profissionais.

Os telejornais cumprem uma função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade. Dessa forma, contribuem para uma organização do mundo circundante. É o *lugar* em que os grandes temas nacionais ganham visibilidade, convertendo o exercício de publicização dos fatos como a possibilidade prática da democracia. Todo esse processo se produz num campo complexo de construção, desconstrução, significação e ressignificação de sentidos. O telejornal é hoje a grande *praça pública* do Brasil. (VIZEU, 2008, p. 7)

No Brasil, ao assistir aos telejornais o público se abastece de informações que serão discutidas, posteriormente, nas conversas do cotidiano. O telejornalismo, nesse sentido, é inclusivo, se apresentando “[...] como (um)a nova praça pública, onde significativa parcela da população brasileira celebra se não o único, ao menos o mais importante encontro cotidiano com informações de caráter jornalístico” (COUTINHO, 2008, p. 14). O telejornal, dessa forma, funciona como uma espécie de mediador entre identidade e alteridade: “[...] os telejornais acabam por se apresentar como mediação entre a experiência vivida pelo outro, cuja fala aparece na tela e no mundo, e a vida particular de cada telespectador em suas relações com a sociedade” (COUTINHO, 2009, p. 73).

Analisando as influências da TV no país e a força do telejornalismo para os brasileiros, considera-se que os fatos narrados nos telejornais têm papel importante na construção das nações. Ao apresentarem as notícias, também ofertam, pela construção de sentidos, a possibilidade de os telespectadores vivenciarem uma experiência coletiva e um ritual de informação. O foco do nosso próximo capítulo é mostrar a trajetória do telejornalismo no Brasil e a força que conquistou ao longo dos anos, desde sua implantação.

3) TELEJORNALISMO: A REALIDADE REPRESENTADA NA TEVÊ

As descobertas sobre as ondas eletromagnéticas, no final do século XIX, deram sinais de que o mundo jamais seria o mesmo com a possibilidade de comunicação entre um emissor e outros milhares receptores desconhecidos posicionados em locais distintos. Até então, a comunicação era feita entre dois pontos fixos – entre navios ou as embarcações e o continente.

No Brasil, a história da televisão tem início, oficialmente, em 1950, mas a cronologia que remete ao nascimento do maior veículo de comunicação de massa do mundo

começa no ano de 1873, quando o norte-americano Wiloughby Smith descobriu que o elemento químico selênio possuía propriedades fotocondutoras, constatando que sua condutividade elétrica variava a depender da quantidade de luz. Dois anos depois, outro norte-americano, George Carey, propôs a criação de um aparelho de transmissão de imagens por meio de circuitos elétricos. (MATTOS, 2010, p.189)

Os primeiros passos em direção à viabilização da TV tal como conhecemos hoje foram dados pelos dois americanos. Enquanto os mecanismos que originariam a TV eram desenvolvidos, surge o século XX com suas novidades na área da comunicação.

A corrida pelo avanço tecnológico irrompeu os primeiros anos do século XX com a descoberta do rádio. O interesse pelo veículo, na Europa e nos Estados Unidos, aumentou a partir de 1922, quando a novidade chegou ao Brasil, em sete de setembro, feriado nacional. Mas o *boom* do rádio no mundo ocorreu entre 1923 e 1925, intensificando-se entre 1930 e 1941, quando os programas de músicas, de variedades e as radionovelas surgiram, contribuindo, assim, para a popularização do veículo. Marcondes Filho (1988) ilustra que, antes do rádio, o cinema havia sido o meio de comunicação mais popular, apresentando-se como grande distração da população de baixa renda. Isso até a chegada da televisão, surgida das experimentações de vários pesquisadores. Naquela época, muitos tinham as atenções voltadas para a área da comunicação e as tecnologias, em constante evolução no período.

O caminho estava assim aberto para que o nome do escocês John Baird ficasse ligado ao aparecimento da televisão, em 1925, com a primeira transmissão à distância de imagens em movimento com um sistema próprio. Em 1923, nos Estados Unidos, o russo Zworkyn desenvolve um dispositivo de TV inteiramente eletrônico, aperfeiçoando progressivamente o tubo catódico e o iconoscópio por forma a obter, em 1936, uma definição de imagem de 450 linhas. [...] Os passos decisivos para

concretizar em emissões televisivas experimentais, não regulares, todo um complexo de avanços tecnológicos são dados logo após a Primeira Guerra Mundial (CÁDIMA, 1996, p. 10).

Francisco Rui Cádima (1996) credita à Alemanha, em 1935, a primeira transmissão pública. No entanto, Sérgio Mattos (2002) revela que os primeiros programas originaram-se na Inglaterra, em 1936, com a criação da BBC (*British Broadcasting Corporation*). Yorke (2006) relata que o primeiro fato filmado exclusivamente para um telejornal também foi produzido pela BBC de Londres, em agosto de 1936, quando o transatlântico *Queen Mary* atracou em *Southampton*, na costa sul da Inglaterra.

As imagens foram transmitidas 4h mais tarde da sede do novo serviço da BBC Television News no Alexandra Palace, um bloco de edifícios vitorianos situado em um parque ao norte de Londres. A transmissão em 4h foi considerada uma grande façanha e aconteceu muito antes da instalação de um estúdio com os recursos adequados. Esse primeiro evento foi seguido de outro, em setembro de 1936, realizado pelo serviço alemão, o Reich Rundfunkgesellschaft, que filmou o rali de Nuremberg, enviou o material via aérea para Berlim e o transmitiu na mesma noite. A corrida contra o tempo havia começado. O noticiário nunca mais seria o mesmo (YORKE, 2006, p.1)

A novidade chegou à Rússia dois anos depois e, em 1939, desembarcou nos Estados Unidos. O país foi o que melhor se adaptou ao novo meio e também o que mais desenvolveu técnicas e formatos a serem aplicados na televisão, principalmente, com a NBC (*National Broadcasting Corporation*). Outra contribuição americana foi buscar apoio junto a anunciantes e patrocinadores, que passaram a sustentar financeiramente a programação. Com esse suporte, a televisão, já na virada da década de 1940, começa a se despontar como o mais importante veículo de comunicação do mundo.

A empolgação com o meio eletrônico sofreu uma interrupção durante a Segunda Guerra Mundial que durou até 1945. Mattos (2002) ressalta que as transmissões foram paralisadas na maior parte dos países. As fábricas que montavam os aparelhos de TV passaram a produzir material bélico. “Na Inglaterra, a guerra praticamente silenciou a BBC, além de ter restringido as transmissões da NBC nos Estados Unidos e as transmissões da televisão de Moscou. Apenas a televisão alemã continuou transmitindo normalmente” (MATTOS, 2002, p. 166-167).

Apesar do atraso na Europa em função da guerra, o desenvolvimento da televisão

virou a década de 1950 com vigor no continente. Em pouco tempo, o novo meio tornou-se um veículo de comunicação de massa de impacto. Enquanto o veículo retomava sua implantação na Europa, em terras brasileiras, a nação tomava conhecimento do novo invento.

No Brasil, embora já tivesse uma intensa produção de filmes e uma antiga tradição teatral, a maior influência recebida pela TV derivou-se de duas formas de comunicação mais populares: o circo e o rádio. “No começo da televisão brasileira, no início dos anos 50, o que se fazia era um rádio televisionado, pois a TV ainda não havia conquistado sua linguagem” (MARCONDES FILHO, 1988, p.43).

No caso específico deste estudo, em que o telejornalismo é nosso principal foco de atenção, vamos discorrer sobre o noticiário televisivo que, em território nacional percorreu um longo caminho até chegar ao formato que conhecemos hoje. Aronchi de Souza (2004) discorre sobre a classificação dos gêneros e formatos produzidos na televisão brasileira que têm como prerrogativas entreter, informar e educar. A intenção de quem produz para a TV é transformar o programa televisivo em um referencial para o público receptor. Ao enquadrá-lo em um gênero, criam-se hábitos e forma-se a familiaridade no espectador. Entendemos que isso é fundamental para provocar o diálogo entre quem produz e quem assiste e, conseqüentemente, gerar retorno de audiência.

Existem três categorias que abrangem a maioria dos gêneros: Entretenimento, Informativo e Educativo. Cada um deles é constituído por vários formatos. No mundo todo há um crescente número de formatos de TV. A intenção é testar os que não funcionam ou não agradam o público por outros mais interessantes na tentativa de construir a imagem da emissora e a concorrência entre os canais que buscam incansavelmente a audiência.

Na presente análise, iremos considerar apenas uma categoria: Informação, composto por diferentes gêneros e formatos como o debate, o documentário, a entrevista e o telejornal, nosso objeto de estudo. No Brasil, o telejornalismo – a principal manifestação do telejornal, é considerado por todos como um bem público. Coutinho (2009) justifica que os telejornais despertam o caráter da universalidade por permitir que seu conteúdo chegue indiscriminadamente e de forma igualitária a todos os cidadãos – uma vez que não exige nível de escolaridade altamente qualificado para compreensão de sua produção.

Talvez em função destas características percorridas pela autora e corroboradas por Guilherme Rezende (2000) é que a TV desfrute há tempos de “um prestígio tão considerável

que assume a condição de única via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população” (REZENDE, 2000, p.23). Freire Filho (2009) constata que talvez seja esse um dos motivos que contribuam para o nível de informação da sociedade hoje. Alberto Abruzzese analisa o mesmo quadro e complementa: “Não há episódio ou escolha de nossa vida diária e de nosso sistema social que não passe pela TV” (ABRUZZESE, 2006, p.37).

Por isso, em pouco mais de meio século, a televisão se transformou no principal veículo para a difusão de informações e entretenimento no mundo. O hábito de consumo foi criado e, aos poucos, a TV se transformou em formadora de padrões a serem seguidos. A novidade em comunicação surgiu para informar o público, fomentar opiniões e fornecer dados para que as pessoas tomassem conhecimento acerca do mundo e dos problemas que as afligem.

O francês Dominique Wolton (1996) ressalta o papel que a TV exerce sobre os sujeitos por intermédio do conteúdo de sua veiculação. A televisão insere o indivíduo na comunidade, auxilia no processo de formação da identidade e contribui para sua transformação social. Ao consumir a programação veiculada na tevê, o espectador se identifica com o que é transmitido, gerando, assim, a tão sonhada audiência por parte das emissoras. Por isso, é tão importante a criação de uma programação voltada para uma comunidade para que haja a identificação e o retorno desejado.

Os telejornais são o principal produto noticioso da televisão brasileira. É por meio das notícias veiculadas que a sociedade se reconhece como parte integrante de uma nação. Dado o grau de importância do telejornalismo no Brasil, faz-se necessário traçar um breve registro histórico da trajetória da chegada da TV no país e, em particular, do telejornalismo que assume uma posição central na sociedade brasileira mediando a edição dos fatos que representam o cotidiano e o mundo das notícias. Se a mídia é uma das formas de inserção do indivíduo no espaço público, gerando, inclusive, o sentimento de pertencimento, a mediação é ainda mais efetiva quando as notícias se referem ao local em que as pessoas vivem.

A proposta é entender como isso ocorre nas sociedades e ainda enveredar sobre a crescente preocupação com a imagem e a linguagem utilizadas nos telejornais como estratégia para criar ou fortalecer laços com o público, maior aproximação e identificação com o telespectador.

3.1 A TRAJETÓRIA DO TELEJORNALISMO NO BRASIL: O PAÍS NA TELA DA TELEVISÃO

Inicialmente, a TV norte-americana teve a influência e o apoio da indústria cinematográfica em sua programação. Muito diferente do Brasil, que contou com a força do rádio para fomentar os primeiros programas produzidos por aqui. Sebastião Squirra (1993) conta que os pioneiros utilizaram a mesma estrutura e o mesmo formato radiofônico que estavam acostumados e os transportaram para a tela. Até mesmo os profissionais que trabalhavam no rádio, entre artistas e técnicos, foram transferidos para o novo meio. No início, a televisão brasileira era alicerçada na fala, sem imagens para serem mostradas aos telespectadores.

Arlindo Machado (2000) faz uma analogia para discorrer sobre a importância da televisão no cotidiano brasileiro. Para ele, a familiaridade do meio pode se referir a um passado histórico de herança dos ancestrais, baseado na oralidade. Machado argumenta que

a parte mais expressiva de sua programação segue dependendo basicamente de uma maior ou menor eloquência no manejo da palavra oralizada, seja da parte de um apresentador, de um debatedor, de um entrevistado, ou de qualquer outro (MACHADO, 2000, p.72).

O autor justifica que essa “cabeça falante” compõe a maioria dos programas televisivos seja ela formada por depoimentos, entrevistas, debate ou discurso do âncora. Todas essas modalidades, segundo ele, se constituem nas formas mais baratas de televisão, “que oferecem menos problemas para a transmissão direta ou para o ritmo veloz de produção.” (MACHADO, 2000, p.72)

Essas presenças acontecem com ajuda direta dos sujeitos participantes do acontecimento ou de forma indireta, por intermédio dos enviados da televisão para reportar o evento veiculado, posteriormente, nos noticiários televisivos. São eles que ajudam a narrar os fatos, a reconstruir os acontecimentos. Por essa razão, segundo Machado (2000), a presença da televisão no local dos fatos a autoriza como fonte confiável e a transforma como condição primordial no processo de significação.

[...] o antigo modelo de telejornal, derivado da prática radiofônica e apoiado basicamente num locutor que lê um *script*, foi sendo substituído aos poucos pelo

modelo que tem hoje na CNN o seu melhor representante, onde a tarefa de construir o noticiário do dia é repartida entre os vários sujeitos falantes que povoam a tela. Ao ressaltar a intervenção dos repórteres e dos protagonistas como a de um grupo de pessoas que fala a respeito de coisas que viu, que sabe ou nas quais está envolvido, o telejornal acaba por transformar a apresentação pessoal no próprio modo de constituição de sua estrutura significativa. (MACHADO, 2000, p.106)

Vizeu (2009) argumenta que na contemporaneidade os telejornais posicionam-se como um lugar de referência uma vez “desempenham um papel central no conhecimento do mundo e funcionam como uma forma de conhecimento do cotidiano” (VIZEU, 2009, p.31). Mas nem sempre foi assim no Brasil. O veículo percorreu um longo caminho antes de virar referência da nação e da sociedade brasileira e sofreu, em seus primórdios, influência norte-americana tanto em tecnologia como em formato das produções. Porcello (2009) acrescenta que a chegada da TV no mundo foi tão impactante quando a invenção da escrita, da imprensa, do rádio e cinema. O pesquisador avalia que a grande vocação da televisão foi, desde o início, levar aos espectadores (mesmo os mais distantes), as imagens dos fatos históricos e sociais no momento em que os mesmos aconteciam. Essa experiência confere ao público a sensação de estar diante do mundo tal como ele é sem deixar o conforto de sua casa.

No Brasil, a inauguração oficial foi em 1950, mas Sérgio Mattos (2010) discorre que em junho de 1939, durante a Feira de Amostras do Rio de Janeiro, um público restrito e privilegiado pode ouvir e ver alguns artistas se apresentando na tela de um aparelho semelhante a uma eletrola. Essa foi a primeira demonstração pública da televisão realizada no Brasil (MATTOS, 2010). Assim como verificado nos países europeus, com o início da Segunda Guerra Mundial, a novidade foi deixada de lado e retornou com vigor na década de 1950 transformando-se no maior veículo de massa da nação.

Os primeiros equipamentos³ foram trazidos pelo jovem empresário da comunicação e jornalista, Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, proprietário dos Diários Associados, que os adquiriu junto à empresa americana RCA Victor, inaugurando, oficialmente, a televisão brasileira em 18 de setembro de 1950. A TV Tupi-Difusora nasceu em estúdios instalados em São Paulo, tornando-se a primeira estação de televisão da América do Sul. Nenhuma pessoa possuía o aparelho na cidade de São Paulo, por isso, o empresário

³ “Os equipamentos para as nossas primeiras emissoras chegaram durante o ano de 1949 com Chateaubriand iniciando sua instalação sob muito mistério, quase às escondidas, pois ele queria inaugurar a televisão no Brasil antes do México e de Cuba, países que também instalaram a televisão no ano de 1950”. (MATTOS, 2010, p.197)

instalou televisores em lojas e bares, além do saguão do Diários Associados, onde muita gente assistiu à novidade.

O imprevisto marcou o início da televisão brasileira. Foi assim, de forma amadora, que dois dias depois de seu nascimento, a TV Tupi lançava a edição inaugural do primeiro telejornal assistido no país: *Imagens do Dia*. Mattos (2010) considera o produto um momento importante para o telejornalismo. Rezende (2000) elenca a equipe formada pelo redator e apresentador Ruy Resende e os cinegrafistas Jorge Kurjan, Paulo Salomão e Afonso Ribas. O jornal era levado ao ar todos os dias mostrando uma sequência de filmes em preto e branco e sem som dos últimos acontecimentos paulistanos.

Por causa das limitações técnicas, as imagens exibidas nem sempre eram registros do dia da veiculação. “O desfile cívico-militar pelas ruas de São Paulo foi a primeira reportagem filmada exibida” (REZENDE, 2000, p.105). O formato virou um padrão a ser adotado posteriormente por outras emissoras do grupo Associados - “o apresentador em uma mesa, lendo o texto das notícias; ilustrações com eslaides, *graytelop* (aparelho que fazia efeitos com cartelas de letras e desenhos), gravuras, fotos e mais tarde filmes de acontecimentos nacionais” (LINS & BRANDÃO, 2012, p.123).

No ano seguinte, Chateaubriand inaugurou a TV Tupi Rio. Mattos (2010) salienta que, apesar das deficiências, a televisão foi saudada pela imprensa “como sendo o novo e poderoso instrumento com que ‘conta nossa terra’. Nos dois primeiros anos, a televisão não passou de um brinquedo de luxo das elites do país” (MATTOS, 2010, p.89), uma vez que o meio não era acessível à maior parte da população em função do elevado preço do aparelho.

Apesar das dificuldades técnicas e da falta de credibilidade (a TV não possuía a rapidez e a instantaneidade do rádio fazendo com que os telespectadores mantivessem o hábito de recorrer ao meio radiofônico para buscar informação), a TV Tupi de São Paulo criou ainda, em janeiro de 1952, outro noticiário, *Telenotícias Panair*. O noticiário era transmitido diariamente às 21 horas, possuía melhores equipamentos e estimulou a chegada da fase comercial da televisão. Apesar do reforço obtido com a entrada dos anunciantes, o *Telenotícias Panair* não ficou no ar por muito tempo.

Rezende (2000) considera que “o telejornal mais importante da TV brasileira da década de 1950, no entanto, só iria surgir um pouco depois.” (REZENDE, 2000, p.105/106). Em abril de 1952, a TV Tupi decidiu levar para a televisão um dos noticiários de maior

prestígio do rádio: o Repórter Esso. O programa repetiu na TV o mesmo sucesso do modelo radiofônico transformando-se em um dos mais famosos telejornais brasileiros. O nome levava a marca do patrocinador e a forma de se produzir era inspirada nos moldes que ia ao ar pelo rádio. O noticiário era feito pela agência de propaganda *McCann Erickson*, responsável pela conta publicitária dos Postos Esso. “O programa era todo elaborado na redação da agência de notícias *United Press International* (UPI), que entregava prontos o rolo de filme e o script à emissora, cabendo ao locutor, simplesmente, ler diante da câmera” (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p.18).



Figura 1- Gontijo Teodoro, apresentador do Repórter Esso. O cenário era formado por uma mesa, uma cadeira, uma cortina ao fundo e uma cartela com a logomarca do patrocinador. (<https://tvteresina.wordpress.com/tag/gontijo-teodoro/>)

Rezende (2000) acrescenta que cabia à TV Tupi Rio somente a função de colocá-lo no ar.

Como seria razoável supor, os telejornais eram produzidos precariamente e careciam de um nível mínimo de qualidade. As falhas se originavam tanto das grandes deficiências técnicas quanto inexperiência dos primeiros profissionais, a maioria procedente das emissoras de rádio. (REZENDE, 2000, p.106)

Mesmo desenvolvido de maneira precária, sem nenhum cuidado nem mesmo com o cenário, o Repórter Esso foi um marco no telejornalismo brasileiro. A estreia foi em primeiro de abril de 1952; e permaneceu no ar até 31 de dezembro de 1970 com a experiência sendo repetida em todas as emissoras cuja propriedade era de Assis Chateaubriand. Rezende (2000) analisa que, devido aos obstáculos que inibiam as coberturas externas como se vê no

telejornal atual, o jornalismo direto do estúdio, desenvolvido ao vivo, ocupava quase todo o tempo dos noticiários, se apresentando como uma alternativa simples e econômica. “O uso da câmera de filmar de 16 milímetros, sem som direto, principal inovação técnica à disposição do jornalismo brasileiro na década de 1950 não bastou para atenuar a influência da linguagem radiofônica sobre os telejornais.” (REZENDE, 2000, p.106)

Para o autor, o Repórter Esso era o reflexo do modelo de telejornalismo produzido e apresentado por profissionais advindos do rádio. Em termos visuais, os telejornais eram todos muito parecidos. A cena de apresentação era composta por uma mesa simples, uma cadeira de onde o locutor lia as notícias, uma cortina ao fundo onde ficava afixada a uma cartela com a logomarca do patrocinador. Assim, o noticiário da Tupi representava a síntese da fase inicial da TV brasileira: a herança radiofônica e a subordinação dos programas aos interesses dos patrocinadores. Rezende (2000) avalia que a primeira fase da TV no Brasil era baseada na fala e com pouca visualização.

Segundo Vera Íris Paternostro (1999) os anos 60 consolidaram a TV no Brasil. “Na disputa pelas verbas publicitárias, ela assume, definitivamente, o seu caráter comercial: começa a briga pela audiência!” (PATERNOSTRO, 1999, p.30). Sérgio Mattos (2002) ratifica a análise da autora. Ele avalia que, após o crescimento dos efeitos de consumo de produtos industrializados, o mercado se consolidou e as emissoras de televisão tornaram-se economicamente viáveis como empresas comerciais, passando a competir pelo faturamento publicitário (2002, p. 26). De olho nos anúncios, o veículo começa a produzir programas para grandes audiências gerando mais lucro para as emissoras. Quando a TV cresce como meio de comunicação, os telejornais ganham força e começam a se consolidar como principal meio de informação do país.

Nesta mesma época, registramos mais uma influência dos Estados Unidos no telejornalismo na tentativa de ordenar a produção brasileira visando ainda mais o crescimento dos noticiários. Rezende (2000) lembra que o célebre apresentador do Repórter Esso, Gontijo Teodoro, montou um dos pioneiros manuais de jornalismo para a televisão indicando “a pirâmide invertida e o *lead*, dois conceitos importados dos Estados Unidos, como fórmula única para a construção da notícia” (REZENDE, 2000, p.90). Além disso, recomendava

a necessidade de ajustar a informação verbal à visual e o emprego de uma linguagem jornalística baseada em uma sucessão de manchetes, escritas na forma direta e em frases curtas. Sem mencionar o coloquialismo como fonte, Teodoro relaciona 26

regras básicas para o texto de telejornalismo, muitas delas pertencentes ao modelo norte-americano. (REZENDE, 2000, p.90)

Também na década de 1960, a chegada do videotape proporcionou grande impulso à televisão. Rezende (2000) pondera que o símbolo dessa mudança foi o Jornal de Vanguarda, da TV Excelsior, no ar a partir de 1962. O noticiário

introduziu muitas novidades na concepção do telejornalismo. A principal foi a participação de jornalistas como produtores e – acontecimento inédito – como apresentadores das notícias especializados: Newton Carlos, Villas-Bôas Correia, Millor Fernandes, João Saldanha, Gilda Müller e Stanislaw Ponte Preta (com seus comentários satíricos sobre a realidade brasileira), entre outros. (REZENDE, 2000, p.107)

O texto jornalístico ganhava força na locução de Luís Jatobá e Cid Moreira. De acordo com o autor, o noticiário era precursor no cuidado com a imagem e a qualidade jornalística causou impacto na sociedade brasileira “pela originalidade de sua estrutura e forma de apresentação, distinta de todos os demais informativos” (REZENDE, 2000, p.107). Além disso, tanto primor refletia-se no visual limpo e dinâmico do cenário. O reconhecimento esbarrou, poucos anos depois, no golpe de 1964. O Jornal Vanguarda resistiu, mas após a edição do Ato Institucional número 5 (AI-5)⁴, pelo governo militar, a equipe decidiu por fim à produção.

Apesar dos avanços técnicos, o telejornalismo carecia da falta de estilo próprio. Rezende (2000) avalia que os produtos ainda recebiam influência da linguagem radiofônica com aproveitamento reduzido do potencial mais expressivo da informação televisiva: a imagem. Mattos (2010) classifica o período que vai de 1964 a 1975 como a segunda fase do desenvolvimento da televisão. “Caracteriza-se como sendo a fase em que esta, deixando de lado o clima de improvisação dos anos de 1950, adota os padrões de administração norte-americanos e torna-se cada vez mais profissional” (MATTOS, 2010, p.99).

Rezende corrobora descrevendo que o controle político por meio da censura posiciona o telejornalismo brasileiro a inspirar-se com vigor no modelo norte-americano. “Ao tentar copiar o estilo e a forma, apenas no visual os informativos se parecem com o modelo. Dispensa-se a participação dos jornalistas como apresentadores e os locutores voltam a ocupar o papel exclusivo na condução dos noticiários” (REZENDE, 2000, p.108).

⁴ O AI-5 (Ato Institucional número 5) foi o quinto decreto emitido pelo governo militar brasileiro (1964-1985). É considerado o mais duro golpe na democracia e deu poderes quase absolutos ao regime militar, entre eles, o de impor censura prévia para jornais, revistas, livros, peças de teatro e músicas.

Um fato referencial marcou essa fase: a criação da Rede Globo de Televisão, em 26 de abril de 1965. A emissora foi estruturada com respaldo financeiro e técnico do grupo americano *Time-Life*. No primeiro dia em funcionamento a emissora colocou no ar seu primeiro telejornal, Tele Globo. O noticiário tinha meia hora de duração, apresentado por Hilton Gomes e Aluizio Pimentel (MEMÓRIA GLOBO, 2005). No final dos anos de 1960, Rezende (2000) discorre que a Globo “já possuía larga audiência, pois havia direcionado sua programação para as camadas socioeconômicas mais baixas da população” (REZENDE, 2000, p.102).

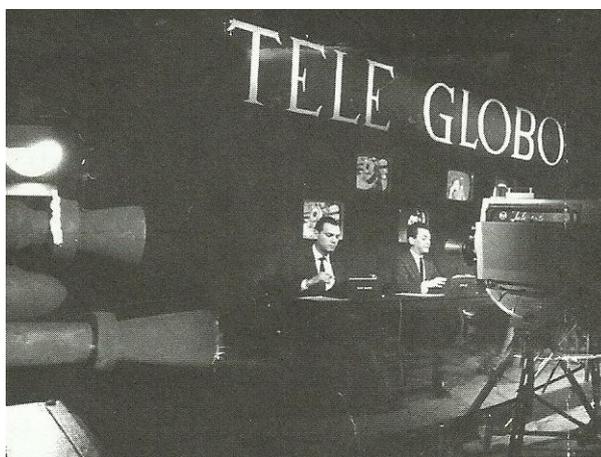


Figura 2 - Cenário do primeiro telejornal da Rede Globo, o Tele Globo, em 1965. (MEMÓRIA GLOBO, p. 20)



Figura 3 - Apresentadores do Tele Globo. Da mesa simples, Nathalia Timberg, Teixeira Heizer e Hilton Gomes faziam a leitura das notícias. (MEMÓRIA GLOBO, p. 20)

Outros dois acontecimentos assinalam o início desta fase a que Mattos (2010) se

refere, do desenvolvimento da TV. A criação do Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, e o encerramento das transmissões do lendário Repórter Esso. O noticiário permaneceu por muitos anos no ar, muitos dos quais como líder de audiência, e deu seu derradeiro suspiro no último dia de 1970. Rezende (2000) traz em seu livro um trecho do jornal O Estado de S. Paulo, de 8 de novembro de 1970, que retrata bem o fato histórico para o telejornalismo brasileiro: o fim do Repórter Esso.

[...] acredita que, com ele, morrerá um estilo de noticiário televisionado que muito pouco evoluiu nos 20 anos de TV no Brasil: 15 a 20 minutos de programa em que o locutor – lendo notícias já divulgadas pelo rádio e até mesmo pelos jornais – ocupa mais o vídeo do que os curtos filmes de assuntos locais, sem muita importância, ou os velhos filmes de arquivo. (REZENDE, 2000, p. 111)



Figura 4 - Ao longo dos anos, houve uma evolução na cena de apresentação do Repórter Esso. Aqui, o apresentador Gontijo Teodoro aparece atrás de uma bancada e diante de um fundo recortado de um compensado que traz o mapa *mundi* e a logomarca do patrocinador do noticiário. (http://insertcultural.blogspot.com.br/2011_09_01_archive.html)

Pouco antes, em janeiro de 1969, o Brasil estava inserido na era da comunicação espacial. “As ligações por micro-ondas e as transmissões via satélite possibilitavam a integração nacional e a aproximação com o restante do mundo” (REZENDE, 2000, p.109). Para Rezende (2000), essa conjuntura abriu o cenário para o lançamento, em setembro de 1969, do Jornal Nacional (JN), o primeiro telejornal transmitido em rede nacional no Brasil. A apresentação do novo produto da casa era ainda sem apuro técnico. Como não havia *teleprompter*, os apresentadores liam o texto direto do papel, alternando o olhar entre o texto e a câmera.



Figura 5 - Hilton Gomes, o primeiro apresentador do Jornal Nacional, em primeiro de setembro de 1971. (MEMÓRIA GLOBO, p.31)

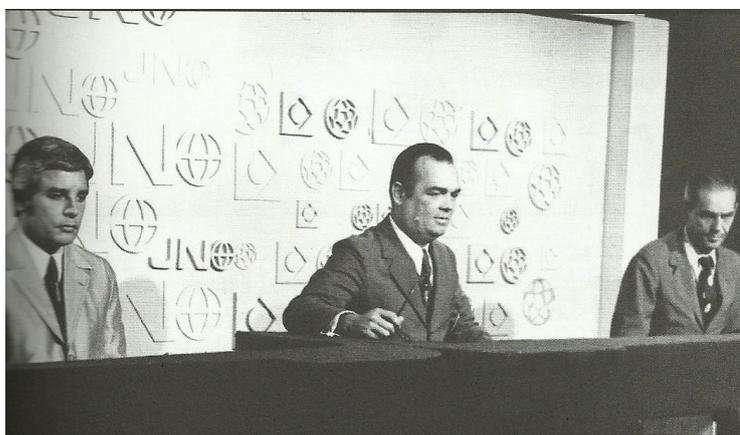


Figura 6 - Cid Moreira, Hilton Gomes e João Saldanha na bancada do Jornal Nacional na década de 1970. (MEMÓRIA GLOBO, p.31)

A TV Globo possuía objetivos claros ao lançar o JN: competir com o Repórter Esso e alcançar prestígio nacional.

A glória de um e a derrota do outro. Enquanto o *Jornal Nacional* imediatamente começava a comandar a audiência entre os telejornais do horário nobre, o *Repórter Esso*, o porta-voz da multinacional norte-americana revendedora de combustíveis, dava seus últimos suspiros nos anos 1970. O seu desaparecimento representava o fim de um modelo dominante no telejornalismo do Brasil. (REZENDE, 2000, p. 111)

No livro *Jornal Nacional*, a notícia faz história, a principal diferença apontada entre o JN e o Repórter Esso era muito mais conceitual. O telejornal da emissora do Jardim Botânico apresentava matérias com o testemunho das pessoas e a fala dos entrevistados. Armando Nogueira, então diretor do departamento de jornalismo, em entrevista aos produtores do livro,

explica:

O que caracterizava o nosso jornal era o som direto. O *Repórter Esso* não tinha som direto porque saía embalado da redação do *Jornal do Brasil*, onde funcionava a United Press, distribuidora do noticiário, tanto na época do rádio quanto na da televisão. Saía de lá pronto, era só botar no ar. Gontijo Teodoro apenas lia. No nosso telejornal, além de imagens cobertas com áudio do locutor, inseríamos depoimentos, com voz direta, da pessoa falando. (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p.34)

Foi a partir daí que a consolidação da TV Globo como rede nacional se firmou. Por conta da transmissão por micro-ondas, seus programas passaram a ser veiculados de forma simultânea, para várias cidades brasileiras. Mattos (2010) propõe que a emissora alcançou larga audiência por direcionar a programação para as camadas mais baixas da população. Outro fator de destaque e que se transformou em uma obsessão era a busca por mais qualidade em sua produção televisiva, caracterizado a partir de 1970, com o chamado “Padrão Globo”.

Simone Martins (2009) avalia que várias outras emissoras do país desejavam ter um telejornal que fizesse o mesmo sucesso do Jornal Nacional. Em busca do crescimento do número de telespectadores, as redes de televisão começavam a criar seus próprios noticiários, como Os Titulares da Notícia (TV Bandeirantes, 1970), A Hora da Notícia (TV Cultura, 1970), Rede Nacional de Notícias (TV Tupi, 1971), Jornal Hoje (Rede Globo, 1971) e Bom dia São Paulo (Rede Globo, 1977), entre outros. A razão, segundo Mattos (2002) tinha motivo. O telejornalismo, segundo ele, já era visto “como uma pródiga fonte de recursos publicitários” (MATTOS, 2002, p.117).

Nesta época, a evolução tecnológica contribuiu para melhorar o que se via na televisão. Em 1972, os espectadores assistiram, pela primeira vez, a transmissão oficial a cores na televisão brasileira, na Festa da Uva, em Caxias do Sul. Segundo Mattos (2010), também foi neste ano que a Rede Globo se transformou na maior rede do país, com 36 emissoras afiliadas e centenas de retransmissoras em todo o Brasil.

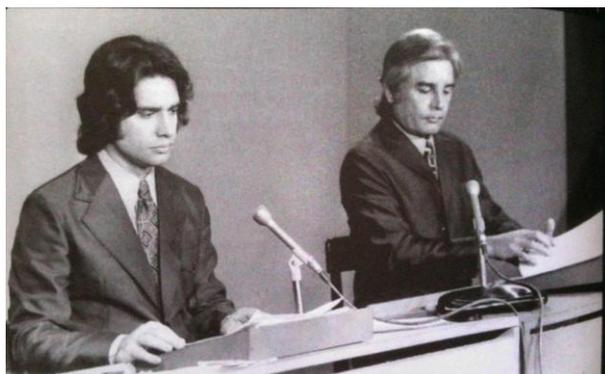


Figura 7 - Sergio Chapelin e Cid Moreira na bancada do Jornal Nacional (década de 1970). O cenário revelava as imperfeições decorrentes da falta de aparato técnico da época. Os microfones ficavam apoiados em um pedestal com os fios a mostra. Os apresentadores permaneceram juntos na bancada por 11 anos. (MEMÓRIA GLOBO, p.32)

Cores na TV e mobilidade nos noticiários em função da chegada das câmeras portáteis de videoteipe, que substituíram as cinematográficas ganhando agilidade na divulgação das notícias. Nesta segunda fase de desenvolvimento o jornalismo passou a ocupar mais espaço na televisão que, até então, perdia em instantaneidade para o noticiário radiofônico. O rádio era muito mais ágil para dar a notícia que a TV. Mas, a partir desta fase, a televisão se apresenta com mais dinamismo na captura da informação e exibindo a programação com sofisticação técnica.

Rezende (2000) analisa que as evidências mais fortes da inspiração do telejornalismo brasileiro no modelo norte-americano se manifestaram algum tempo depois, quando o Jornal Nacional lançou suas Normas Básicas de Redação. Todas as normas foram copiadas ou adotadas em todos os outros concorrentes. Em 1985, outra demonstração da submissão brasileira aos moldes americanos de se produzir jornalismo para a TV.

Em 1985, a influência norte-americana se consolida com a edição do *Manual de Telejornalismo da Central Globo de Televisão*. Baseado no livro *Television News*, segundo admite a própria Rede Globo a na introdução, o Manual adapta princípios do jornalismo americano às peculiaridades culturais brasileiras. (REZENDE, 2000, p.91)

O Manual deixava claro que o tom coloquial adotado pelo jornalista em sua aparição na tela da TV determinaria o sucesso ou não da comunicação afetiva estabelecida com o espectador.

3.2 A FIGURA DO APRESENTADOR E A CONSTRUÇÃO DE LAÇOS NO TELEJORNAL

Os Estados Unidos inspiravam a televisão brasileira nos quesitos técnica e qualidade de seus programas. No telejornalismo nacional, vimos que a influência norte-americana aconteceu na adoção dos modelos aplicados por lá. Ainda na década de 1950, os EUA já ponderavam sobre a importância de criar laços de identificação com os espectadores. O jornalista Walter Cronkite foi o precursor de uma modalidade de apresentação posteriormente imitada em todo o mundo: a ancoragem, atuando como âncora⁵ nos telejornais. Quando a televisão apenas caminhava no Brasil, Cronkite ficava conhecido em seu país no papel de âncora das eleições presidenciais de 1952, definindo mais uma forma de se fazer telejornais.



Figura 8 - O americano Walter Cronkite, precursor da figura do âncora. Apresentou o jornal da CBS (Columbia Broadcasting System) durante 19 anos, entre as décadas de 1960 e 1970. (http://www.nj.com/news/index.ssf/2009/07/news_icon_walter_cronkite_dead.html)

No Brasil, a partir de 1970, o foco era o aprimoramento técnico, mas o telejornalismo brasileiro dava os primeiros sinais de que poderia investir com sucesso na relação dos apresentadores com os espectadores. Guilherme Jorge de Rezende (2000) salienta que a TV Bandeirantes de São Paulo trouxe uma proposta ousada de telejornal com o noticiário Os Titulares da Notícia, cujo principal atrativo era a atuação da dupla sertaneja Tônico e Tinoco na apresentação das notícias relativas ao interior do estado de São Paulo. Rezende também discorre sobre uma tentativa da TV Tupi em criar laços com os telespectadores.

⁵ “*Anchorman* ou âncora: apresentador do telejornal que interpreta as notícias com base em conhecimento próprio; mediador. O anchorman ‘amarra’ o programa” (PATERNOSTRO, 1999, p.36)

Ainda sob o impacto do fim do *Repórter Esso*, a TV Tupi tentou superar o período de crise de seu telejornalismo com o *Rede Nacional de Notícias*. Transmitido ao vivo para várias capitais do país, o telejornal procurava, a partir do cenário, revelar sua identidade: os locutores apareciam em primeiro plano e uma sala de redação compunha o ambiente de fundo. (REZENDE, 2000, p.111-112)

Rezende (2000) elenca outra experiência relevante da TV Bandeirantes com o mesmo noticiário, *Os Titulares da Notícia*. O telejornal investiu nos depoimentos populares para ilustrar as matérias e valorizou o trabalho do repórter na tarefa de divulgar a notícia. “Com essa opção editorial, o noticiário ganhava mais credibilidade, porque quem estava no vídeo, transmitindo as informações, não era apenas um locutor, mas alguém que participava diretamente da cobertura dos acontecimentos” (REZENDE, 2000, p. 112-113).

O apuro formal presente no telejornalismo da Globo, desde a década de 1970, era visível na escolha dos cenários, dos locutores, na qualidade das imagens e na edição das matérias. A cada passo em direção à evolução do meio, a emissora conseguia “adequar-se às potencialidades de linguagem da televisão” (REZENDE, 2000, p. 113), apesar da mordada da censura. Outra contribuição da emissora foi colocar os programas no ar na hora certa, contribuindo, assim, para a fidelização dos telespectadores à programação.

Claro que não foi a TV Globo que criou o telejornalismo, mas foi ela que eliminou o improviso, impôs uma duração rígida ao noticiário, copidescou não só o texto como a entonação e o visual dos locutores, montou um cenário adequado, deu ritmo à notícia, articulando com excelente “timing” texto e imagem. (PIGNATARI, 1984 apud REZENDE, 2000, p.113)

Rezende (2000) pondera que a interação cenário-locutor sempre mereceu atenção da equipe de telejornalismo da TV Globo, em especial, dos produtores do *Jornal Nacional (JN)*, o carro-chefe de notícias da casa. Os cuidados com o visual se complementavam com a seleção de locutores, agora criteriosa visando atrair o público. O escolhido para ancorar o *Jornal Nacional* foi Cid Moreira, que já havia atuado no *Jornal de Vanguarda*. Outros que completavam a bancada ao lado dele possuíam estilo próprio, mas sempre visando o “padrão global”. O cuidado com a forma e o conteúdo conferiram ao JN, em 1979, “a prodigiosa marca de 79,9% da audiência nacional” (REZENDE, 2000, p. 117).

O resultado animava a emissora a investir em jornalismo de olho na arrecadação publicitária que o produto gerava. Em 1979, o gerente de programação da TV Globo, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, estimulado pelo cenário animador, fez um concurso

entre cenógrafos e designers da emissora. O objetivo era criar um novo visual para o Jornal Nacional. Hans Donner, que mais tarde, se tornou referência na emissora, venceu o desafio.

O cenário criado por Hans Donner trazia as letras do selo “JN” em perspectiva ao fundo. Foi acrescentada mais uma parede, com dois monitores de cada lado, o que possibilitou o jogo de câmeras e maior movimentação dos apresentadores. No cenário antigo, criado por Mário Monteiro, atrás da bancada havia apenas uma tapadeira, com o logo do *Jornal Nacional*, o que não permitia variações no enquadramento. (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p.92)



Figura 9 - Transformações no cenário e no logotipo do Jornal Nacional. A evolução do cenário mostra a influência do designer Hans Donner. Na bancada, da esquerda para a direita, os apresentadores Celso Freiras (1977), Sérgio Roberto (1978), Carlos Campbell (1979), Cid Moreira (1981), Berto Filho (1982) e Cid Moreira e Sérgio Chapelin (1983). (MEMÓRIA GLOBO, p.95)

A partir desta perspectiva positiva, surgiu a decisão de lançar outros telejornais.

O *Hoje*, na hora do almoço, e outro noticiário no fim da noite que recebeu vários nomes (*Amanhã*, *Painel*, *Jornal da Globo*, segunda edição do *Jornal Nacional*) etc. Anos depois, surgiu um telejornal num horários pouco convencional, no início da manhã, o *Bom Dia São Paulo*, que seria a semente para outros programas congêneres nas emissoras filiadas à rede nos demais estados do país, com uma abordagem regional, e para o hoje consagrado, *Bom dia Brasil*. (REZENDE, 2000, p. 118)

Em 1983, o *Bom Dia Brasil* foi criado nos mesmos moldes do programa norte-americano *Good Morning America*. A intenção era dar ênfase aos noticiários político e

econômico, com entrevistas e análises de comentaristas, em um programa produzido e transmitido em rede nacional, na época, direto de Brasília (MEMÓRIA GLOBO)⁶.

Apesar da existência de outras emissoras, o êxito da TV brasileira vinha no rastro do crescimento da Rede Globo. O sucesso adivinha da consolidação do sistema de rede, iniciado na década de 1970 até meados de 1980. A rede foi paradoxal. Por um lado, trouxe benefícios quanto à qualidade técnica dos programas. Por outro lado, estimulou grande prejuízo às emissoras regionais.

Por questões financeiras e mercadológicas, os concessionários de TV se viram forçados a abandonar suas produções locais e transformaram suas emissoras, praticamente sem exceção, em meras estações retransmissoras da programação realizada invariavelmente no Rio de Janeiro ou em São Paulo. (REZENDE, 2000, p.118)

Essa característica era resultado da política de integração nacional pela televisão programada pelo governo militar e que gerou uniformidade cultural. Também foi nesta época que Armando Nogueira dividiu o jornalismo da TV Globo em dois setores distintos: o local/regional e o de rede. “Uma consequência direta dessa divisão foi o fortalecimento do jornalismo comunitário, com a criação do Globo Cidade e dos telejornais locais RJTV, SPTV, MGTV, NETV e DFTV” (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p.122)

Na sequência, a Central de Afiliadas criou o Prodetaf (Projeto de Desenvolvimento do Telejornalismo das Afiliadas). Os profissionais que davam apoio à iniciativa iam pessoalmente implementar as mudanças nos telejornais da praça. “Tentava-se, dessa forma, minimizar distorções entre diferentes regiões do Brasil e criar um padrão de qualidade no telejornalismo de todas as emissoras da Rede Globo” (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p.123).

Em março de 1988, o Brasil experimentou um novo formato para o telejornalismo. Joelmir Beting assumiu a condução do improviso, quando necessário, no Jornal da Bandeirantes. O fenômeno ocorreu de forma paralela agregando as experiências nas técnicas de apresentação à efervescência política – “o dia 3 de fevereiro (1980) marca o final da censura oficial no telejornalismo” (MATTOS, 2010, p.219).

Ainda em 1988, Boris Casoy protagonizou a maior inovação do telejornal brasileiro. A novidade não veio da Rede Globo, mas sim, do SBT, que até então não possuía a mesma tradição global na transmissão das notícias televisionadas. O Telejornal Brasil (TJ Brasil) foi

⁶ <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-237480,00.html> <Acesso em 17/12/2012 às 15h47>

apresentado por Casoy que ignorou o modelo norte-americano de ancoragem. “De forma singular, além de ler as notícias e conduzir o noticiário, ele passou a fazer entrevistas e comentários pessoais sobre os fatos noticiados” (REZENDE, 2000, p.127). A postura do jornalista foi criticada por profissionais da área exatamente por considerarem uma “deturpação” do papel do âncora.

Apesar do negativismo de alguns, a postura de Boris Casoy indicava o surgimento de um novo modelo de telejornalismo brasileiro com destaque para o trabalho do jornalista na figura do apresentador de notícias. Essa mudança era um indício de que a presença constante dos jornalistas na apresentação de telejornais era sinônimo de credibilidade – tanto para o profissional como para o jornal. A mudança logo foi adotada pelo Jornal Nacional, em 1996, que trocou os apresentadores símbolos do programa – Cid Moreira e Sérgio Chapelin, por dois jornalistas da emissora: William Bonner e Lilian Witte Fibe. A intenção era conferir mais credibilidade e dinamização às coberturas jornalísticas. Carlos Henrique Schoroder, diretor da Central Globo de Jornalismo, avalia que

Ter jornalistas como apresentadores dá a possibilidade de improvisar, de intervir no noticiário no momento em que ele está no ar. Permite um arredondamento de certas matérias. Esse nunca foi o papel dos locutores, a quem apenas cabia ler o que tinha sido escrito. Por mais competentes que fosse, e eram monstros sagrados da locução, os melhores do país, eles não foram formados para desempenhar o papel de jornalistas. Fazer a mudança com eles seria desonesto em primeiro lugar com eles próprios. Foi uma decisão difícil, mas histórica. (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p.288)

Outra mudança em 1996 foram as reformulações feitas também no Bom Dia Brasil. O jornal ganhou novo cenário: além da bancada dos apresentadores, o espaço para divulgação das notícias incluía uma sala de estar para realização das entrevistas. No mesmo ano, a Globo News abriu sua programação para todo o país. A emissora *all news* da Rede Globo de Televisão era uma novidade no circuito da televisão por assinatura. A Globo News se apresentava como um canal exclusivo de notícias, 24 horas no ar. Mattos (2010) avalia que o empreendimento chegou no instante em que a Globo posicionava-se na 18ª colocação entre os cinquenta maiores grupos privados nacionais, com 70 emissoras afiliadas e 1.200 retransmissoras, cobrindo cerca de 99% do território nacional (MATTOS, 2010, p.239).

Porém, a chegada da TV por assinatura influenciou consideravelmente o perfil do veículo no Brasil estimulando, inclusive, uma alteração no conjunto da audiência.

Concomitantemente a esse fator, outro aspecto, o econômico, alterou as características da televisão no país. Com o sucesso do Plano Real⁷, as camadas mais carentes da população tiveram aumento no poder aquisitivo, podendo adquirir novos aparelhos de TV. Houve um enfraquecimento da audiência da TV aberta que passou a ser compartilhada com a TV por assinatura. A forte presença dos televisores nos lares brasileiros fez a programação voltar-se para as classes C, D e E. Especificamente na TV aberta, houve um investimento maciço nos telejornais na tentativa de (re)aproximação do público. Uma das mudanças marcantes aconteceu na forma com que os telejornais passaram a chegar aos lares da nação.

Em 2000, por exemplo, quando a Rede Globo comemorava 35 anos de fundação, o Bom Dia Brasil sofreu novas intervenções na cena de apresentação do telejornal visando acentuar a integração entre as notícias e os comentários dos apresentadores. Os elementos dos cenários anteriores como a bancada e a sala de estar, com espaço para as poltronas, passaram a ficar reunidos em um único ambiente, agora, com uma mesa de centro e até uma escultura para completar a decoração.

No Jornal Nacional, algumas interferências também foram sentidas. O telejornal abandonou o estúdio tradicional e passou a ser apresentado de dentro da redação. A bancada virou área de trabalho, com monitor e computador, e foi transferida para um mezanino, de onde se via a redação, em um plano inferior ao local de apresentação. O objetivo da mudança era fazer com que o cenário dialogasse melhor com o público e a instantaneidade da notícia (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p.293).

As reformulações fizeram parte de um processo mais grandioso que atingiu a emissora em todo o país, inclusive, as praças, conhecidas assim por serem afiliadas da Rede Globo de televisão.

3.3 MODELOS DE JORNALISMO NA TELEVISÃO: A LINGUAGEM DO TELEJORNAL E A DRAMATURGIA DO TELEJORNALISMO

O caminho percorrido pelos telejornais veiculados na televisão brasileira é longo e ultrapassa os 60 anos. Das primeiras edições aos formatos adotados hoje, percebemos mudanças significativas que vão do avanço tecnológico à preocupação com a estética, fatores

⁷ Plano Real foi um programa do governo federal, lançado em 1993, objetivando a estabilização econômica e o combate à inflação. O plano encerrou quase três décadas de inflação elevada e substituiu a moeda em vigor no país pelo Real, em julho de 1994. Por causa da queda da inflação, a economia brasileira voltou a crescer, com melhor distribuição da renda.

que revelam, em todos os casos, a tentativa de aproximação com o telespectador. As primeiras tentativas de transformar o noticiário televisivo em algo mais atraente e próximo do espectador aconteceram na década de 1960 com o Jornal de Vanguarda. Anos depois, com a chegada do jornalismo de rede com o Jornal Nacional,

o modelo predominante de organização e funcionamento das emissoras de televisão no Brasil passa a ser aquele pautado por redes nacionais, por meio de contratos de afiliação. Em 1969, o Jornal Nacional instaura o modelo de transmissão de programas em rede, trazendo a perspectiva de “integração nacional” via telinha (MATTA, 2011, p.60)

A emissora começou a se preocupar com a aparência dos locutores, apresentadores e repórteres. A ideia era investir em um visual neutro e formal que, segundo Rezende (2010), seria “essencial para uma imagem de isenção na abordagem dos fatos e credibilidade junto aos telespectadores” (REZENDE, 2010, p.64). Na década de 90, registramos uma variedade maior de programas jornalísticos de apelo popular. O TJ Brasil, com Boris Casoy, foi uma referência nesse sentido, assim como o Aqui Agora, ambos do SBT. O Aqui Agora ficou conhecido por inserir no telejornalismo brasileiro a linguagem do plano-sequência. Nesse formato, o repórter e o cinegrafista investiam em tomadas de cenas mais longas com conteúdo narrativo para contar as histórias com mais realismo e detalhes, normalmente de interesse comunitário ou policial. A tentativa era transpor o jornalismo popular praticado no rádio para a televisão.

Itânia Maria Mota Gomes (2004) conceitua essa tentativa de estabelecer uma relação com a audiência como “modo de endereçamento”. No caso do telejornalismo local, recorte empírico desta pesquisa, a necessidade de criar e manter vínculos são um desafio diário para os jornalistas uma vez que precisam falar para toda a comunidade e se fazer entender. O “modo de endereçamento” proposto pela autora nos auxilia a pensar como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo que o identifica e que o diferencia dos demais.

Curado (2002) pondera que, no jornalismo televisivo, a primeira preocupação é levar a público um fato que seja claro, preciso e imparcial, buscando, essencialmente, o casamento da imagem com a palavra. Rezende (2000) recorre a Stuart Hall (1971) para corroborar a observação da autora. Para Hall, a necessidade de transmitir o máximo de informações com o

máximo de clareza determina que o jornalista deve buscar o estilo de conversação e a informalidade semelhantes à fala cotidiana, facilitando a compreensão da notícia por parte do público.

Iluska Coutinho (2012) defende a organização da notícia em televisão com uma estrutura dramática, próxima das narrativas de ficção, posicionando-se como um dos recursos utilizados para aproximação da audiência. Para ela, a dramaturgia aparece como um modelo adotado para a apresentação de notícias, comum ao telejornalismo brasileiro.

Do espaço familiar a televisão forjaria, além da simulação do contato, a retórica do direto. Para simular o contato, a TV se utilizaria de personagens, animadores-apresentadores, que, ao utilizar um tom coloquial em sua fala, garantiriam a interlocução com o público. Já a retórica do direto se fundamentaria na (ilusão de) proximidade e na magia do ver, celebradas pelas imagens transmitidas pela televisão. (COUTINHO, 2012, p. 26-27)

Coutinho ressalta que a notícia é estruturada como um drama cotidiano (COUTINHO, 2012, p. 115). No processo de seleção das notícias – que vai da escolha das pautas, seleção das mesmas, captação na rua, edição e apresentação, o formato que nortearia atualmente os telejornais seria da busca pelos personagens que ilustrariam as informações, transportando os assuntos para uma realidade mais próxima do espectador. Os papéis desempenhados pelos personagens seguiriam “uma espécie de roteiro ou estrutura-modelo, recorrente, que guarda semelhanças com a narrativa dramática clássica” (COUTINHO, 2012, p. 139). A autora complementa que “o drama seria a arte que imita a vida por meio da representação, de personagens e ações” (COUTINHO, 2003, p. 198).

A noção de dramaturgia do telejornalismo vai além dos aspectos de encenação, que inclui, também, a atuação dos profissionais. Coutinho (2003) ressalta que a organização das matérias e o casamento do texto com a imagem oferecem ao público “o desenrolar das ações, vividas e experimentadas por meio da atuação de diferentes personagens colocados em cena” (COUTINHO, 2003, p. 199). Se nos demais veículos de comunicação, especialmente o impresso, a narrativa é impessoal, na televisão, o noticiário revela a informação ao telespectador por meio das histórias contadas. Para a autora, esta é uma narrativa verossímil da realidade algo semelhante a um drama cotidiano.

Poderíamos sugerir que a dramaturgia do telejornalismo estaria ligada ao caráter da televisão como veículo que oferece, mais que informações, também experiências que

são vividas pelos telespectadores por meio da mobilização de suas emoções. Assim, as narrativas da realidade nessa mídia deveriam ser construídas de modo que pudessem reproduzir ou “imitar” a forma como as pessoas vivem e experimentam o mundo, ainda que pela TV. (COUTINHO, 2003, p. 201)

Atualmente, além da linguagem mais próxima do telespectador, com textos leves e coloquialismo na apresentação das notícias, nota-se que os profissionais envolvidos no processo jornalístico também fazem uso da internet, principalmente das redes sociais, numa tentativa de identificação com o público, resultando no aumento da audiência. O fato é que toda a evolução do telejornal, seja na escolha das pautas, no cuidado com a linguagem ou a inserção de elementos populares em cena, busca construir uma relação de identificação, um vínculo com o público representado na tela.

3.4 O TELEJORNAL LOCAL: VÍNCULOS, LAÇOS DE PERTENCIMENTO

Nos dias atuais, fragmentados, os meios de comunicação, em especial a TV e o telejornalismo, ocupam lugar central na sociedade brasileira. Vizeu (2009) discorre que esta característica transporta a televisão para uma posição privilegiada de mediar os fatos do dia-a-dia e o universo das notícias. Christina Musse (2008) também analisa sobre a influência do jornalismo nesse ambiente. Para a autora, a imprensa esquadrinha a cidade ao selecionar as informações com critérios subjetivos, gerando uma classificação baseada em juízos de valor que tem reflexos no público que acompanha as notícias. A opinião das pessoas vai sendo preenchida com a oferta de dados advinda dos meios provocando uma imagem mental na vida de quem os consome. “Neste aspecto, considerando os meios de comunicação como mediadores nas relações do sujeito com o seu entorno, observaremos que a imprensa tem um papel capital na construção do imaginário da cidade”. (MUSSE, 2008, p.39)

que o espaço urbano é construído, hoje, especialmente pela mídia, fazendo com que a relação das cidades com seus habitantes seja, em alguns casos, **mediada** e, em outros, **mediatizada**, chegando ao paroxismo em que não se consegue mais distinguir a **cidade real** da **cidade simulada** [...] (MUSSE, 2008, p.42-43).

Musse (2008) cita Sodré que avalia que mais do que mediação, a comunicação promove a midiatização, a telerrealização das relações humanas. A mediação das relações sociais do passado como as de convivência com a família, a escola e a igreja não existe com o

apelo de outrora. Atualmente, esse papel é desempenhado pelos meios de comunicação. O resultado visto no capítulo anterior e reforçado por Musse (2008) é revelar que a comunicação posiciona-se “sendo formuladora das subjetividades e construindo relações identitárias entre o homem e o espaço urbano”. (MUSSE, 2008, p.222)

Renato Cordeiro Gomes e Izabel Margato (2008) corroboram com o pensamento de que, nas cidades, os lugares de enunciação promovem uma nova configuração urbana. Assim como Castells, os autores concordam que as informações podem contribuir para preservação das identidades locais, hoje fragmentadas e descentradas, ficando na dependência da maneira como somos representados nos sistemas culturais que nos cercam. Os autores ressaltam a importância do local. “Em outras palavras, frente à globalização, dá-se a afirmação do local identificado à cidade, a realidade mais próxima”. (GOMES & MARGATO, 2008, p.185)

Iluska Coutinho (2012) transporta para a televisão essa importância, principalmente, se levarmos em consideração a força do telejornalismo, responsável pela construção do conhecimento da sociedade e fonte de informação da maioria da população brasileira. Rezende (2000) reforça os argumentos de Coutinho ao analisar os noticiários locais e regionais e a força do mercado sobre eles.

Nos melhores casos, o telejornalismo regional pode oferecer uma imagem mais clara da sociedade que jamais será refletida pelo jornal em rede, e políticos previdentes que querem se manter a par dos anseios do povo consideram esses programas essenciais, para serem vistos. (REZENDE, 2000, p.236)

A criação e manutenção de um vínculo de pertencimento e identidade entre as emissoras locais e regionais e seus públicos é fonte de lucro, também, para as redes. O autor Rogério Bazi ressalta que “a empresa sabe que é atrás dessa relação estreita com a comunidade que reside a audiência refletida em seus programas e, também, o anunciante” (BAZI apud COUTINHO 2008 p.99).

Simone Martins (2008), pesquisadora do telejornalismo em Juiz de Fora destaca uma relação paradoxal que marca o indivíduo na atualidade. Ao mesmo tempo em que houve uma ampliação do número de informações disponíveis

e a facilidade de acesso para obtê-las contribuíram para que o homem globalizado buscasse também reafirmar suas raízes locais. E é nesse aspecto que as temáticas regionais assumem papel relevante no contexto da comunicação, com destaque para a televisão brasileira. (MARTINS, 2008, p.15)

Rezende (2000) reforça a proposta da autora ao avaliar a importância dos telejornais locais. Como os noticiários nacionais abrigam fatos de todo o país, não há espaço para as informações completas sobre as cidades. Desta forma, os noticiários locais e regionais possuem conteúdo mais longo que os de rede, propiciando uma visão melhor dos acontecimentos da comunidade. Nesse sentido, faz-se necessário analisar a evolução do telejornalismo produzido em Juiz de Fora estimulado pelo crescimento e a expansão das emissoras e redes de televisão no Brasil, desde a chegada do veículo ao país, em 1950, até a virada do século.

3.4.1 Telejornalismo em Juiz de Fora

Um levantamento feito no início do século XXI apontava que o Brasil possuía 348 emissoras de televisão aberta em território nacional distribuídas assim pelas principais redes: “113 emissoras na Rede Globo; 91 no SBT; 63 na Record; 37 na Bandeirantes, 21 na Rede TV!; e 23 na CNT” (MATTOS, 2010, p.257). Juiz de Fora, na Zona da Mata mineira, recebeu uma emissora da Rede Globo, nosso recorte do objeto empírico, em 14 de abril de 1980, quando foi ao ar, pela primeira vez, a TV Globo Juiz de Fora.

O pesquisador Flávio Lins (2006) salienta que o sinal da Globo já entrava no município desde 1968, mas apenas retransmitindo a programação. Quando a TV efetivamente desembarcou por aqui, os equipamentos foram instalados no morro do Cristo, ponto turístico da cidade. Esta fase era de expansão da Rede Globo em todo o país. Na região, para conseguir a concessão, foram comprados os direitos do canal da família do empresário Sérgio Vieira Mendes, na época, proprietário da TV Industrial – canal 10, no ar desde 24 de julho de 1964.

No entanto, Juiz de Fora teve a primeira experiência pública com a transmissão de imagens em 1948. Os pesquisadores Flávio Lins e Cristina Brandão (2012) relatam que a cidade foi pioneira na transmissão em toda a América Latina, graças ao técnico em eletrônica, Olavo Bastos Freire. Suas experiências datam do início da década de 1940, mas foi no dia 28 de setembro de 1948 que autoridades civis e militares tiveram acesso à inovação. O salão do Clube Juiz de Fora estava cheio de convidados quando as imagens da avenida Rio Branco foram exibidas sob o olhar dos curiosos. Outra exibição pública que ficou conhecida e

creditada ao técnico foi a transmissão de um jogo de futebol, em 21 de maio 1950, entre o Tupi, de Juiz de Fora, e o Bangu, do Rio de Janeiro (LINS & BRANDÃO, 2012, p.149).

Mas foi no início da década de 1960 que a cidade teve um contato maior com a transmissão local de televisão. A TV Mariano Procópio, emissora de caráter experimental comandada pelo grupo Diários Associados, esteve presente nos lares juizforanos veiculando produções da TV Tupi do Rio de Janeiro e também programação feita na própria cidade, que exibia propagandas e telejornais locais, um programa esportivo e eventos da comunidade. A pesquisadora Livia Fernandes de Oliveira (2008) revela que, apesar da movimentação, fazer televisão naquela época era bem difícil.

Uma das dificuldades em se produzir programas na TV Mariano Procópio era a localização da emissora. Localizada onde ficava a torre da televisão, no Morro Arado, atual alto do São Benedito, o local era de difícil acesso. Wilson Cid relembra que para fazer uma entrevista esporádica era uma “aventura”, o morro é íngreme e era preciso subir de jipe. (OLIVEIRA, 2008, p.48)

Os autores Lins e Brandão (2012) lembram que o primeiro noticiário assistido na cidade foi o Telefoto Jornal. Sua existência foi comprovada durante pesquisa nos arquivos de jornais impressos de Juiz de Fora. O anúncio feito no jornal aponta que o noticiário era veiculado todos os dias após o Repórter Esso. O slogan era “Uma síntese fotográfica dos acontecimentos da cidade” (DIÁRIO DA TARDE, 28 nov. 1961, p.5). Em entrevista aos pesquisadores, Jorge Couri informou que os textos eram do jornalista Rubens Furtado assim como a narração, revezada com o radialista Cláudio Temponi. O material jornalístico assim como a publicidade eram fotografados por Couri. Ainda de acordo com Jorge Couri, “o Telefoto Jornal foi feito inicialmente com eslaides sem acompanhamento de som, depois com locução ao vivo e, mais tarde, valendo-se de um gravador” (LINS & BRANDÃO, 2012, p.193).



Figura 10 - Anúncio do primeiro telejornal de Juiz de Fora, o Telefoto Jornal. (LINS & BRANDÃO, 2012, p.191)

A TV Mariano Procópio funcionava sem concessão do governo, apesar dos esforços do grupo Diários Associados em obter a autorização junto às autoridades desde 1956 (OLIVEIRA, 2008, p.49). Mas o Canal 10, espaço pretendido pelo grupo, também foi disputado com os proprietários da rádio Industrial que conseguiram parecer favorável em março de 1963. Com isso, a concessão ficou com o proprietário da Industrial, o empresário Sérgio Mendes.

Mesmo sem a detenção do sinal, a estrutura da TV Mariano Procópio ainda proporcionou, na época, a realização de um projeto ousado para a cidade. Em entrevista à pesquisadora Livia Oliveira, o jornalista Wilson Cid revelou que os equipamentos da antiga emissora foram utilizados para a produção de um telejornal local de cinco minutos, veiculado na TV Tupi do Rio. “As notícias eram produzidas na cidade e enviadas de ônibus para o Rio de Janeiro” (OLIVEIRA, 2008, p.50). As matérias eram factuais com duração de 20 a 30 segundos e feitas de forma precária, com uma câmera de 16 mm, sem captura de som. “Os scripts eram de Wilson Cid e a filmagem de Jorge Couri. O telejornal era diário, veiculado de segunda a sexta-feira. Os textos eram lidos por Íris Littieri e Talita na Tupi do Rio de Janeiro” (OLIVEIRA, 2008, p.50).

As memórias sobre essa produção são diferentes quanto ao nome do noticiário. Em entrevista aos autores Lins e Brandão (2012), Jorge Couri refere-se ao telejornal como Filmando Juiz de Fora. Já Wilson Cid o denomina como Juiz de Fora em Foco. Os autores acreditam que ambos se referem ao mesmo conteúdo “já que os períodos de existência dos programas, segundo os depoimentos, coincidem, e só localizamos, até agora, vestígios do

Filmando Juiz de Fora.” (LINS & BRANDÃO, 2012, p.211-212)

Jorge Couri avalia que o mais importante do noticiário era criar o hábito na população de Juiz de Fora que passou a acompanhar o telejornal, exibido em rede nacional. “Depois de um ano e meio de veiculação do telejornalismo juizforano na Tupi do Rio, a produção foi encerrada” (OLIVEIRA, 2008, p.53), dando um ponto final na experiência da TV Mariano Procópio na cidade.



Figura 11 - Anúncio do telejornal Filmando Juiz de Fora, exibido pela TV Tupi, com imagens de Juiz de Fora (LINS & BRANDÃO, 2012, p.210)

A TV Industrial canal 10, como dito anteriormente, chegou a Juiz de Fora em 1964. O jornalista Frederico Belcavello Guedes (2010), em sua dissertação de mestrado intitulada *TV Industrial de Juiz de Fora: memórias da juizdeforaneidade (1964-1979)*, discorreu sobre a emissora e os efeitos de sua chegada à cidade. O autor comenta que a emissora foi instalada para produzir programação predominantemente local. Durante os 16 anos de funcionamento, “a Industrial manteve-se como único canal de televisão local da cidade, qualificando-se, portanto, como um novo espaço de mediação das identidades juizforanas” (GUEDES, 2010, p.70).

A TV era de propriedade do empresário Sérgio Mendes, também dono da Rádio que levava o mesmo nome da emissora. Assim como em todo o país, a emissora de TV teve sua programação inspirada nos modelos radiofônicos, com destaque para os programas de auditório, as atrações musicais, programas esportivos e noticiários, todos com transmissão ao vivo.

A produção jornalística, segundo Guedes (2010), tinha uma predominância no conteúdo local. “Presente desde os primeiros dias, até os últimos segundos da programação, o

jornalismo da emissora representava um dos pilares da programação” (GUEDES, 2010, p.113). O pesquisador elenca alguns dos telejornais da época: “Teledez”, “TV Jornal”, “Imagem” e “A hora é notícia”. Em função das limitações técnicas, as notícias eram lidas pelos apresentadores e ilustradas por eslaides. Apesar de um dos noticiários ser intitulado “Imagem”, ele não possuía essa característica. Entrevistadas por Guedes (2010), as jornalistas Regina Gaio e Cristina Mendes revelam que o telejornal era um rádio na TV.

Guedes (2010) discorre que a programação da Industrial possuía um volume extenso,

média próxima de seis horas nos primeiros anos, aumentando com o decorrer do tempo, com registro de várias ocasiões de dias mais longos de transmissão, como no carnaval – e percentual de programação local bastante considerável, chegando a 80% da programação gerada em seus próprios estúdios. (GUEDES, 2010, p.70)

Os 20% restantes eram completados com filmes fornecidos, principalmente, pela Herbert Richards, Viacom e Century Fox. Apesar da grandiosidade da programação voltada totalmente para a cidade, a TV Industrial encerrou suas atividades em Juiz de Fora em 1975 quando, segundo Mattos (2010), houve um processo de modernização das empresas adotando padrões de administração norte-americanos e intensa profissionalização.

Com a construção da Rede Nacional de Televisão da Embratel, viabilizou-se o modelo de rede com programação nacional. Isso levava à centralização das produções e à adoção de estratégias comerciais de interesse de anunciantes nacionais. O fluxo de desenvolvimento indicava a nacionalização como único caminho de expansão. Nesse contexto, Juiz de Fora encontrava-se no trajeto da expansão da TV Globo. (GUEDES, 2010, p.128)

A TV Industrial foi comprada pela Rede Globo tornando-se a TV Globo de Juiz de Fora, de propriedade da família Marinho. O fechamento oficial da TV Industrial aconteceu no dia 29 de novembro de 1979. A nova emissora estreou na cidade em 14 de abril de 1980 no lugar da empresa que desempenhava o papel de ser próxima do telespectador e fornecedora de laços identitários de representatividade local.

3.4.2 O impacto da chegada da TV Globo na cidade

Aparentemente, a chegada da TV Globo foi um choque para a comunidade que se viu

diante de uma redução drástica da produção local. Os telespectadores não se viam nos produtos uma vez que mais de 90% da programação vinha de fora. Lins (2006) discorre que a programação feita na própria cidade era restrita a poucos minutos diários nos telejornais. Alheia às repercussões, a nova emissora deu início ao investimento nos noticiários locais, mesmo com tempo reduzido em relação ao que a cidade estava acostumada. A estreia do telejornalismo acontece junto à inauguração da TV. O Jornal das Sete foi o primeiro noticiário da emissora feito em Juiz de Fora. “A edição vespertina do telejornal local ia ao ar como extensão do Jornal Hoje, apresentado em rede nacional. O cenário era o mesmo” (MGTV 1ª Ed. 09/05/2011).

Três anos depois, em 1983, surge o MGTV, noticiário que entrou no lugar do Jornal das Sete.

No novo prédio da TV Globo, no bairro Mariano Procópio, em um estúdio de 400 metros quadrados, foi montada a primeira versão do cenário. Era bem simples: uma bancada e uma tapadeira de madeira que tinha um fundo azulado com as letras MGTV, do lado direito do apresentador. A versão local do Jornal Hoje também foi substituída. (MGTV 1ª Ed. 09/05/2011)



Figura 12 - Cenário do MGTV composto por uma bancada em tons cinza e uma plataforma verde com a logomarca do noticiário. O apresentador Sérgio Rodrigues permaneceu à frente do telejornal da emissora por 25 anos.

(<http://megaminas.globo.com/2011/05/09/tv-panorama-estreia-novo-cenario>)

Da inauguração até 1998, a TV Globo Juiz de Fora estabelecia uma relação de dependência com a matriz no Rio de Janeiro e o padrão nacional da emissora foi seguido em âmbito local. Neste mesmo ano, com o lançamento do projeto da Globo Regional do Futuro,

surge a TV Panorama, em uma tentativa de resgatar a programação feita na cidade. Flávio Lins (2006) comenta que a mudança deu-se em função de problemas com a legislação. Roberto Marinho, proprietário da Rede Globo, havia extrapolado o número de emissoras que poderia possuir. A empresa, então, foi transferida para a neta de Marinho, Flávia Marinho, permaneceu filiada à Rede Globo, embora passasse a se chamar afiliada, com o nome de TV Panorama.

Para estimular o crescimento da emissora, investiu-se na regionalização. O espaço destinado ao telejornalismo cresceu de 15 minutos para mais de 50 minutos diários. Tudo era destinado à região da Zona da Mata e Vertentes, que agrega dois milhões de habitantes, em 121 cidades, num total de 32 mil Km² de área. Os telejornais MGTV 1^a e 2^a edição passam a ser apresentados também no estúdio de Juiz de Fora, em interação com apresentadores da TV Globo Minas. O cenário era composto por um telão e fotos de cidades da área de abrangência da emissora. A bancada era triangular para abrigar dois apresentadores e entrevistados, com metragem de 2,10m em cada vértice. A área do estúdio era de 5 m². Na edição da hora do almoço, os apresentadores eram Viviane Novaes e Sérgio Rodrigues. À noite, a apresentação era da jornalista Giovana Schmidt. Os programas Panorama Esporte e Panorama Revista, mais tarde, também foram incorporados à grade permanecendo no ar até 2005 e 2007, respectivamente.



Figura 13 - Cenário do MGTV 1^a e 2^a edições no final dos anos 1990, com a bancada ocupando praticamente toda a cena de apresentação. Este formato permaneceu 13 anos no ar. (Arquivo pessoal)

A editora e apresentadora do MGTV 1^a edição, Érica Salazar, foi contratada neste período de expansão da emissora, em 1998. Inicialmente, atuou como repórter de rua e,

eventualmente, ocupava a bancada dos dois telejornais nos plantões de finais de semana. A partir de 2001, assumiu a apresentação do MGTV 2ª edição no lugar de Giovana Schimidt.

Em 2004, a Rede Globo decidiu vender as emissoras do interior. A TV Panorama foi pioneira nesse processo, sendo vendida para o empresário mineiro Omar Resende Peres, ex-secretário de Minas e Energia do estado de Minas Gerais, que acrescenta à TV uma rádio e uma publicação impressa, formando o grupo OP.COM. Três anos depois, a Rede Integração de Uberlândia, de propriedade do empresário Tubal de Siqueira Silva, adquire 50% das ações da TV Panorama, controlando, assim, quatro das oito retransmissoras Globo de Minas Gerais e se tornando a maior empresa de comunicação do interior mineiro.

Em maio de 2011, houve uma reformulação no cenário do MGTV 1ª e 2ª edição. Saíram a bancada triangular e o cenário nos tons cinza e azul e entrou uma nova cena de apresentação do telejornal, com uma bancada reduzida, dois telões e fotos das cidades de cobertura do sinal. O espaço do estúdio permanecia o mesmo: 5m² - mas a redução do tamanho dos objetos de cena dava a impressão de o local ser mais amplo. O MGTV 1ª edição exibido em nove de maio de 2011 foi apresentado direto do novo cenário por três jornalistas da emissora: Érica Salazar, Sérgio Rodrigues e Ricardo Ribeiro.

Salazar mediu o jornal que contou com as participações dos dois colegas. Durante o noticiário, ela anunciou as modificações destacando que a mudança traria uma novidade marcante que fugia de todos os formatos de apresentação até então: a redução do tamanho da bancada e a postura do apresentador que saíria de trás dela, de onde permaneceu sentado durante anos, para circular pelo cenário.

O telejornal exibiu uma matéria feita em conjunto por Sérgio Rodrigues e Felipe Menicucci que percorreu a trajetória dos cenários utilizados pela emissora em 31 anos de história em Juiz de Fora. Em seu texto, Rodrigues destacou que o MGTV estava ganhando um novo cenário, “amplo, moderno, um novo conceito de comunicação visual, de fazer televisão” (MGTV 1ª Ed. 09/05/2011). Menicucci completou: “Há 31 anos a TV Panorama está ligada em você. E se você é moderno e segue as últimas tendências nós também acompanhamos” (MGTV 1ª Ed. 09/05/2011).



Figura 14 - Foto do jornal de estreia que apresentou a nova cena de apresentação do MGTV 1ª e 2ª edições. Em cena, Érica Salazar, Ricardo Ribeiro e Sérgio Rodrigues. (<http://megaminas.globo.com/2011/05/09/tv-panorama-estreia-novo-cenario>)

No início de 2012, a TV Panorama virou TV Integração. Os 50% das ações da antiga emissora que permaneciam nas mãos do empresário Omar Peres foram repassados ao grupo Integração. A emissora é considerada a primeira afiliada da TV Globo do país, atuando nas regiões do Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba, Nordeste de Minas, Pontal, Centro-Oeste de Minas e Sul e Minas, além das duas novas áreas com a aquisição da TV Panorama: Campo das Vertentes e Zona da Mata.

Em primeiro de abril de 2012, a TV Integração exibiu um programa que apresentava a nova emissora aos telespectadores da região que engloba os municípios de Juiz de Fora, Barbacena, São João Del Rei, Leopoldina e Muriaé. Intitulado “TV Integração Minas é Você”, o material foi veiculado no domingo, logo após o Fantástico. Em uma das reportagens, feitas no novo cenário, a emissora destaca a evolução da televisão brasileira que tirou a importância da bancada na cena de apresentação numa tentativa de maior aproximação com o telespectador. “Nós deixamos a bancada para fazer com que você se sinta mais próximo, mais a vontade mesmo e não custa lembrar: toda essa engrenagem da máquina chamada televisão jamais poderia operar se não fosse o principal parceiro – você” (TV INTEGRAÇÃO MINAS É VOCÊ 01/04/2012).

O programa destacou a história da emissora desde os primórdios da televisão brasileira.

A nossa prosa começa em 1964, numa Uberlândia de pouco mais de 130 mil habitantes. A maravilha da televisão se tornou realidade. TV Integração, na época batizada de TV Triângulo, canal 8. 1971. A TV Integração se tornou a primeira afiliada Globo do Brasil. Durante pouco mais de 20 anos, de 1964 a 1985, a Tv se transformou. Mudou a programação, desenvolveu um jeito diferente de fazer televisão e se consagrou na qualidade. Tudo isso para algumas cidades do Triângulo Mineiro. E então porque não mandar este sinal muito mais além? 1988. A partir daqui não éramos mais uma, mas várias emissoras. Uma rede. Um grupo de comunicação. Entrava no ar a TV Pontal que logo mudou de nome: TV Ideal. Em 1991 mais uma expansão, TV Jaquara, a TV União. E no novo século, novo nome, nova marca, Integração. O grupo Integração está em 233 cidades mineiras. Quatro geradoras fazem o sinal percorrer distâncias em milésimos de segundos. São mais de 5 milhões de telespectadores. (TV INTEGRAÇÃO MINAS É VOCÊ, 01/04/2012)

Nos próximos capítulos, abordaremos com mais profundidade a mudança na cena de apresentação do telejornal e os efeitos que ela provoca no público. A Rede Globo de televisão protagonizou grandes episódios da história da TV em Juiz de Fora. Mas a história não é composta apenas do registro desta empresa. O município ainda conta com outras emissoras que fazem parte da história da televisão na cidade. Exemplo disso é a afiliada da TVE Rio, no ar em Juiz de Fora, em 1981, a cargo da Fundação Educacional Pio XII. A grade de programação da TVE produz um programa local chamado Mesa de Debates e, desde novembro de 2009, coloca no ar o jornal da TVE Juiz de Fora. O noticiário é exibido de segunda a sexta com cerca de 28 minutos de duração.

Em 2006, a TVE firmou contrato de cinco anos com a TV Visão, uma nova experiência televisiva para a cidade. A nova emissora ganhou trinta horas de programação em sete programas inseridos no canal educativo, nenhum deles voltado ao telejornalismo.

Outra emissora local chegou a Juiz de Fora em 1990. A TV Tiradentes funcionou como retransmissora da extinta TV Manchete e possuía as mesmas pretensões de regionalização da TV Industrial. Na grade, programas de auditório e telejornais. A emissora disponibilizava mais tempo para o telejornalismo local do que a concorrente Globo, cerca de 20 minutos diários, nas duas edições do noticiário Tiradentes. Em 1999, é vendida para a TV Alterosa, afiliada ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), mas só começa a exibir programação local a partir de 2000. Inicialmente, a produção era limitada ao telejornal Jornal da Alterosa-edição regional, veiculado de segunda a sábado.

4) EM CENA A AÇÃO: A ENCENAÇÃO NA CENA DE APRESENTAÇÃO DO TELEJORNAL

A televisão está totalmente incorporada ao cotidiano brasileiro. Assistimos TV e conversamos, almoçamos, falamos ao telefone, recebemos amigos ou até mesmo a deixamos ligada enquanto circulamos pela casa. Sua linguagem básica baseia-se justamente nessa dispersão. O discurso televisual em função destas características, segundo Guilherme Rezende (2000), promove uma percepção muito mais sensorial e afetiva do que racional. Percorrendo este caminho, o veículo busca sempre uma relação íntima e constante entre destinador e destinatário mediada pelo espetáculo. O autor fundamenta-se nas funções da linguagem proposta por Roman Jakobson para concluir que a televisão incorpora notadamente a função fática, ou de contato, no discurso televisivo.

Desta forma, o que se estabelece é um contato permanente entre quem aparece na tela da tevê e quem assiste. Essa ligação acontece por meio do espetáculo que chega ao receptor comodamente no aconchego de seu lar. “Mediante esta interpelação que instaura um clima de familiaridade, de conversa íntima” (REZENDE, 2000, p.36). Essa atmosfera ultrapassa o viés da informação pura e simples que a televisão oferece e agrega o clima de afetividade e de intimidade contribuindo, assim, para a convicção de que há sempre alguém conversando “comigo” (telespectador).

A impressão de diálogo, de conversa pode ser tão intensa que não são raros os telespectadores que respondem às interpelações dos apresentadores de TV: “Boa noite”, “um abraço pra você”, “venha comigo”, “você não pode perder essa oportunidade”. Mas, como reagir ao olhar simpático, amigável, solícito que penetra a casa do telespectador convidando-o para um contato íntimo? Nessa hora, é difícil para o telespectador resistir ao convite de interação que a telinha companheira lhe propõe. (REZENDE, 2000, p.36)

A intenção do profissional que atua na televisão seria assim buscar como meta essa naturalidade que propõe o diálogo televisual e favorece a construção de sentido entre a TV e o público. É por isso que os profissionais buscam, incansavelmente, novos ritmos, atores e personagens para produzir imagens e diálogos que capturem a atenção e emoções do espectador. No telejornalismo acontece o mesmo: buscar a ligação entre enunciador (jornalista) e enunciatário (telespectador) que favorece a produção de sentidos. Esse “diálogo

visual”, de acordo com o pesquisador, “exige do comunicador um alto grau de empatia e capacidade para sustentar o clima de conversa” (REZENDE, 2000, p.37).

Talvez seja isso que o telejornalismo tenha buscado em todos esses anos. Ivor Yorke (2006) reflete sobre as mudanças ocorridas ao longo de décadas no noticiário televisivo. O formato amadureceu e o crescimento proporcionou a adoção de modelos variados desde sua implantação no Brasil. Yorke argumenta que “estilo e moda mudam tanto no telejornal quanto em qualquer outra área. Os noticiários de hoje parecem-se muito pouco com os de apenas dez anos atrás” (YORKE, 2006, p.191). A intenção das mudanças é buscar aproximação com a audiência do novo milênio, muito mais exigente e conscienciosa de décadas atrás. A maior justificativa dessa procura pode ser a rígida concorrência do mundo globalizado.

Para que a televisão não pareça estar ficando para trás no profissionalismo ou na excelência técnica, ou pareça atrasada em relação a meios como a Internet, os jornalistas têm sido arrastados pela necessidade de produzir não apenas notícias *na* televisão, mas *para* a televisão. (YORKE, 2006, p.191)

Nesse sentido, programas são elaborados com uma bela roupagem e com conteúdo remodelado. Diretores pensam no formato, tamanho e cor dos estúdios. Compositores escrevem temas de aberturas mais atraentes. Jornalistas reduzem a distância entre o “eu” e o “eles”. O público também amadureceu e espera um pouco de espetáculo nos noticiários. Yorke (2006) reforça que esse caráter precisa estar presente nem que seja no *take* final quando os apresentadores aparecem na tela visivelmente relaxados, sorrindo, folheando o *script* ou fazendo comentários com quem estiver no estúdio. A importância deste acabamento não deve ser subestimada. “O telejornal precisa encontrar uma maneira de chamar a atenção da audiência e prendê-la até o final do programa” (YORKE, 2006, p.192).

Esse fator conduz Guilherme Rezende a uma reflexão. “Que espécie de código linguístico é esse que as emissoras de TV empregam com tanta eficácia para se comunicar com uma audiência tão diversificada?” (REZENDE, 2000, p.54). Partindo-se do pressuposto de que a linguagem é o grande diferencial da dimensão humana, é por intermédio dela que o homem irrompe sua solidão e descobre o outro. “O binômio falante-ouvinte consolida uma situação real de comunicação, em que o emissor e receptor se encontram em uma relação de proximidade quase visceral” (REZENDE, 2000, p.56).

A linguagem oral contribuiria, então, para reforçar uma das vocações básicas do

discurso televisivo, a função fática, que fortalece a simulação de diálogo com o espectador. “A adequação da mensagem a esse tom de conversa, que reduz consideravelmente os efeitos negativos próprios de uma relação unilateral, aplica-se a qualquer tipo de programas, entre os quais os jornalísticos” (REZENDE, 2000, p.58).

Os telejornais, então, buscam no coloquialismo a eficácia da comunicação. Quanto mais coloquial, mais efetiva e afetiva será a relação com o público e, conseqüentemente, o propósito máximo da comunicação de massa: atingir o maior número de pessoas com mensagem acessível a todos. “Apesar da força da imagem na televisão, que é capaz de emocionar, é através da palavra, dos gestos, e dos sentimentos mostrados no rosto que vamos mexer mais profundamente com a emoção dos telespectadores” (MACIEL, 1995, p.20).

Esse conceito é referendado por Patrick Charaudeau (2010). Ele reforça que a informação midiática precisa buscar maior credibilidade possível com o maior número possível de receptores. Para isso, vale-se do contrato de comunicação cuja finalidade encontra-se numa tensão entre duas visadas: a de *fazer saber* e a visada de *fazer sentir* (grifos do autor). Cada uma delas corresponde a uma lógica particular.

Uma visada de *fazer saber* ou visada de informação propriamente dita, que tende a produzir um objeto de saber segundo uma lógica cívica: informar o cidadão; uma visada de *fazer sentir*, ou visada de captação, que tende a produzir um objeto de consumo segundo uma lógica comercial: captar as massas para sobreviver à concorrência. (CHARAUDEAU, 2010, p.86)

François Jost (2004) também dialoga com “a noção de contrato como um acordo graças ao qual emissor e receptor reconhecem que se comunicam e o fazem por razões compartilhadas” (JOST, 2004, p.9). Desta forma, fica estabelecida a relação entre dois seres, esboçada no interior do texto. Jost (2004) justifica que o texto agrega a imagem de quem fala e mostra e ainda a imagem de quem ouve e olha, por isso, desenha uma relação entre as duas partes. Nessa perspectiva, o contrato seria estabelecido no interior do texto. Quanto mais coloquial a fala, quanto mais a informação for repassada em formato de espetáculo, mais o outro entrará na intencionalidade do proponente⁸.

O espectador sabe e tem conhecimento de que o noticiário se trata de um espetáculo. Isso faria parte do contrato a que Charaudeau (2010) se refere. Baseado nos conceitos de

⁸ François Jost (2004) vai além do contrato e propõe o modelo de promessa para o audiovisual. Para ele, os gêneros contêm uma promessa ontológica ou constitutiva de pertencimento. “Todos sabemos que uma comédia deve fazer rir; é essa sua promessa”. Na promessa, atribui-se uma etiqueta a um programa “com o qual estão comprometidas a publicidade, os *trailers*, etc” (JOST, 2004, p.18).

Charaudeau, Jost (2004) conclui que “essa seria uma das cláusulas do contrato informativo televisivo, cujo objetivo é conseguir o máximo de credibilidade e o máximo ibope, de audiência” (JOST, 2004, p. 11-12). Esse pacto, segundo ele, estabeleceria um vínculo entre o noticiário e o público.

Essa aproximação cada vez mais evidente entre as partes é algo que o colombiano Jesús Martín-Barbero (2004) percebe como uma reformulação na identidade das mídias como atores sociais. Essas mudanças podem ser comprovadas “nas adaptações tecnológicas que, além de ampliar coberturas, modificam relações das audiências com a televisão” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.73-74). Para ele, essas transições são exigências do mercado, agora mais complexo em função da concorrência e o desenvolvimento das mídias, e da renovação tecnológica.

O telejornalismo, por exemplo, é um gênero que tem se reinventado em diversos períodos da televisão brasileira. É o que veremos neste capítulo quando abordaremos algumas mudanças nessa forma de oferta de informação tão plenamente incorporada ao dia-a-dia do brasileiro. O século XXI assiste a uma nova cena de apresentação do telejornal. O cenário, agora mais limpo, *clean*, amplo e com espaço para circulação do apresentador, revela uma mudança drástica em relação aos formatos anteriores: a queda da bancada. Esse adereço tão presente em exibições passadas, na contemporaneidade, ainda permanece em cena, mas com uma representatividade completamente diferente da original.

Criado nos modelos americanos, o telejornalismo brasileiro adotou, nos primeiros noticiários, a presença de uma mesa para abrigar o locutor na leitura das notícias. Depois, veio a bancada para receber o apresentador, posicionando-se claramente entre o comunicador e o telespectador na emissão e recepção da mensagem, um limite físico entre o cotidiano e o espetáculo. A bancada permanece em cena, mas perdeu parte de suas funções. Ela é mais um elemento em cena. O apresentador se libertou da bancada e ganhou autonomia para circular em cena.

Esse modelo parece ser mais uma tentativa de aproximação e criação de vínculos com o telespectador, que se faz necessária na contemporaneidade para angariar os louros da sonhada audiência. Neste capítulo estudaremos como é composta a cena de apresentação, a construção do espaço da enunciação, que faz uso do efeito de presença, da transmissão direta e dos modos de endereçamento para estreitar os laços entre o mediador (apresentador) e o

público. A proposta é entender a efetivação dos contatos com o telespectador como estratégias para criar ou fortalecer os laços com o público e sua consequente fidelização. De que maneira os jornalistas procuram atingir o espectador? Quais os mecanismos adotados?

Também vamos analisar como acontece a encenação no estúdio de onde são exibidas as notícias. Como a encenação contribuiu para estabelecer o vínculo com a audiência. Por fim, a intenção será discutir os efeitos do texto que, junto ao apelo da imagem, ao carisma e empatia do apresentador, promovem a “presença” do telejornal dentro dos lares. A projeção do estúdio para dentro de nossas casas é mais uma tentativa de aproximação com os telespectadores. Quanto mais natural for essa exibição, mais efetiva será a presença do noticiário na vida cotidiana dos espectadores.

4.1) ENTENDENDO A ENUNCIACÃO – DE ONDE SE ENUNCIA A AÇÃO?

A televisão abrange um amplo conjunto de eventos audiovisuais em que a imagem e o som são constituídos e transmitidos de um local (emissor) para outro (receptor). Cada um desses eventos é chamado de enunciado. Patrick Charaudeau (2010) compreende as mídias como instância de poder com capacidade de gerir e influenciar os indivíduos e seus comportamentos. Esse mecanismo se desenrola na enunciação que desempenha a competência para informar.

Tudo acontece como se houvesse, entre uma *fonte de informação* (que poderia ser a própria realidade, ou qualquer indivíduo ou organismo dispendo de informações) e um *receptor* da informação, uma instância de *transmissão* (um mediador individual ou um sistema intermediário) encarregada de fazer circular um certo saber da fonte ao receptor. (CHARAUDEAU, 2010, p. 34-35)

Arlindo Machado (2000) acrescenta que os enunciados são apresentados ao espectador de forma variável e infinita.

A rigor, poder-se-ia dizer que cada enunciado concreto é uma singularidade que se apresenta de forma única, mas foi produzido dentro de uma esfera de intencionalidades, sob a égide de uma certa economia, com vistas a abarcar um certo campo de acontecimentos, atingir um certo segmento de telespectadores e assim por diante. (MACHADO, 2000, p.70)

Por sua vez, Yvana Fechine (2008b) compreende a enunciação como o ato de realização de um enunciado, a operação que faz emergir a significação decorrente de uma manifestação, que pode ser verbal, visual, audiovisual, entre outras. “Se a enunciação é a realização, o enunciado é o que dela resulta, o que é realizado; um está para o outro como o produto está para sua produção” (FECHINE, 2008b, p.51). Na televisão, segundo a pesquisadora, “a enunciação pode ser tratada como a instância lógica de organização do discurso que subentende qualquer objeto de transmissão” (FECHINE, 2008b, p.51).

O telejornal é o lugar onde acontece a enunciação a respeito dos eventos. Diversos sujeitos falantes se sucedem, mediados pela edição, que estabelece quem fala e quando fala. Essas vozes expõem o discurso em relação aos fatos narrados. Charaudeau (2010) reforça essa ideia quando diz que a informação é pura enunciação. Para o autor, o receptor é capaz de registrar e decodificar a informação transmitida de forma natural. “Com relação ao receptor, a questão é saber o que ele é e como atingi-lo” (CHARAUDEAU, 2010, p.37). O ponto crucial, então, é o tratamento, ou seja, a maneira com que a informação chega ao alvo com o efeito pretendido. Neste processo, estão em jogo as escolhas discursivas feitas pelo responsável pela informação, editor e eventualmente o apresentador.

A cada momento, o informador deve perguntar-se não se é fiel, objetivo ou transparente, mas que efeito lhe parece produzir tal maneira de tratar a informação e, concomitantemente, que efeito produziria uma outra maneira, e ainda uma outra, antes de proceder a uma escolha definitiva. A linguagem é cheia de armadilhas. (CHARAUDEAU, 2010, p.38)

Arlindo Machado (2000) revela que ao longo de sua trajetória, o telejornal foi “arquitetando” estruturas diferenciadas de apresentação, baseadas em depoimentos dos sujeitos ligados aos acontecimentos, sejam eles de forma direta (alguém que tenha testemunhado o evento) ou indireta (profissionais enviados para “reportar” o fato). Assim como Charaudeau (2010), Machado (2000) acredita que a mediação é variável porque pode incorporar diversos recursos narrativos escolhidos com base no efeito que se pretende produzir. A escolha dos efeitos de sentido é feita para influenciar o outro. Por isso, é tão importante na enunciação estabelecer entre os dois polos (quem fala e para quem ele se dirige) uma relação de intencionalidade. “É, pois, a imbricação das condições extradiscursivas e das realizações intradiscursivas que produz sentido. Descrever sentido de discurso consiste,

portanto, em proceder a uma correlação entre dois polos” (CHARAUDEAU, 2010, p.40).

O sentido nunca é revelado antecipadamente, mas sim, perceptível através das formas adotadas. Para Charaudeau (2000), esse sentido se constrói ao final de um processo de semiotização, de *transformação* e de *transação* (grifos do autor). “O processo de transformação consiste em transformar o ‘mundo a significar’ em ‘mundo significado’” (CHARAUDEAU, 2010, p.41). Visto assim, conclui-se que o ato de informar inscreve-se nesse processo já que qualifica os fatos, reporta os acontecimentos e os explica fornecendo as causas desses fatos e acontecimentos.

Já o processo de transação “consiste, para o sujeito que produz um ato de linguagem, em dar uma significação psicossocial a seu ato” (CHARAUDEAU, 2010, p.41). O ato de informar também participa desse processo porque faz circular entre os parceiros um objeto de saber que se supõe que um possui e o outro não. Nesse sentido, um deles é “encarregado de transmitir e o outro de receber, compreender, interpretar, sofrendo ao mesmo tempo uma modificação com relação a seu estado inicial de conhecimento” (CHARAUDEAU, 2010, p.41).

O sucesso da informação vai depender do tratamento imposto neste quadro de transação e cabe ao enunciado fazê-lo já que é portador de determinados valores quando emite uma informação. Charaudeau (2000) exemplifica com o texto dito por um apresentador de telejornal francês ao final de uma reportagem sobre o conflito na ex-Iugoslávia: “E tudo isso acontece a duas horas de avião de Paris” (CHARAUDEAU, 2000, p.48). A fala, aparentemente neutra, mobiliza diversos universos de crença que podem produzir interpretações como: “a guerra está à nossa porta”, “a ameaça é iminente”, “isso concerne a todos nós” (CHARAUDEAU, 2010, p.48).

O efeito produzido por este enunciado está intrinsecamente ligado ao imaginário de cada grupo social. Nesse caso, o dispositivo enunciativo tem que se fazer verdadeiro para despertar a crença.

O efeito de verdade não existe, pois, fora de um dispositivo enunciativo de influência psicossocial, no qual cada um dos parceiros da troca verbal tenta fazer com que o outro dê sua adesão a seu universo de pensamento e de verdade. O que está em causa aqui não é tanto a busca de uma verdade em si, mas a busca de “credibilidade”, isto é, aquilo que determina o “direito à palavra” dos seres que comunicam, e as condições de validade da palavra emitida. (CHARAUDEAU, 2010, p.49).

Por isso, os telejornais almejam a credibilidade de modo incessante buscando técnicas cada vez mais diversificadas sobre como dizer e comentar o mundo. O crédito conferido ao informador vai depender de seu engajamento com relação à informação transmitida, de sua posição social, do papel que ele desempenha nesta situação de troca e até mesmo da representatividade para o grupo do qual é porta-voz. Nessa situação de comunicação, no enunciado, que são encenadas as trocas sociais e aquilo que constitui seu valor simbólico.

Como visto anteriormente, o telejornalismo ocupa posição de destaque na contemporaneidade apresentando-se em alguns casos, como a única fonte de informação da sociedade. O sujeito que consome a informação o faz, também, para ocupar certa posição social e estabelecer relações com o outro. Isso acontece de forma natural. Todos comentam os acontecimentos exibidos no telejornal com amigos ou colegas de trabalho. De um lado, está o enunciado que precisa fazer saber ao cidadão o que circula no mundo. Do outro lado está o desafio de fazer chegar a informação para alguém que precisa ser seduzido por ela e persuadido a consumi-la. Talvez seja esse o ponto crucial da enunciação.

A instância midiática acha-se, então, “condenada” a procurar emocionar seu público, a mobilizar sua afetividade, a fim de desencadear o interesse e a paixão pela informação que lhe é transmitida. [...] Para satisfazer esse princípio de emoção, a instância midiática deve proceder a uma encenação sutil do discurso de informação, baseando-se, ao mesmo tempo, nos apelos emocionais que prevalecem em cada comunidade sociocultural e no conhecimento dos universos de crenças que aí circulam – pois as emoções não são um inefável aleatório. (CHARAUDEAU, 2010, p.92).

A busca pela afetividade no enunciado legitimaria a atribuição de valores à informação e provocaria as reações emocionais. No entanto, esse caminho é marcado pela contradição, de acordo com Chareau (2010). Ao levar a informação (fazer saber) a conhecimento público, o telejornal deve fazê-lo sem espetacularizar a notícia para satisfazer o princípio da seriedade e alcançar os efeitos da credibilidade. Ao mesmo tempo, o enunciado precisa adotar escolhas para satisfazer (fazer sentir) o princípio da emoção e captar o espectador para junto de si. “As mídias não ignoram isso, e seu jogo consiste em navegar entre esses dois polos ao sabor de sua ideologia e da natureza dos acontecimentos” (CHAREAU, 2010, p.93).

O desafio para o jornalismo é produzir um enunciado que garanta, cada vez mais, uma maior aproximação com seu público. Na transmissão ao vivo, por exemplo, o efeito de presença é tamanho que cria-se a ilusão do contato, reduzindo, assim, a distância espacial

entre a instância de enunciação e a instância de recepção.

4.2) OS ENCANTOS DA TRANSMISSÃO DIRETA E A PRODUÇÃO DE SENTIDOS NA TEVÊ

A televisão nasceu ao vivo e essa continua sendo sua característica marcante que a distingue no universo audiovisual. Antes da TV e do rádio, seu antecessor, as únicas formas expressivas que operavam ao vivo eram as manifestações artísticas como o teatro, o balé, a ópera, o show ou o concerto. Nessas ocasiões, os artistas se apresentavam diante da plateia. A fotografia, o filme, o disco e outros meios técnicos fazem parte de uma recordação. Algo que aconteceu, foi captado em um determinado momento e torna-se passado no ato de sua exibição. A transmissão direta é “a recepção, por parte de espectadores situados em lugares muito distantes, de eventos que estão acontecendo nesse mesmo instante” (MACHADO, 2000, p.126).

Yvana Fachine (2008b) define a transmissão direta como uma operação que permite a produção, transmissão e recepção de um programa televisivo de forma simultânea. A transmissão direta também pode receber a configuração e efeito de “ao vivo” quando o programa está sendo realizado no mesmo instante em que é exibido na programação. É concebida como um recurso eficaz que proporciona ao espectador a experiência de estar diante da tela, mas sentir-se diante do mundo real. O teórico francês Patrick Charaudeau (2010) corrobora com a pesquisadora brasileira.

Quando a televisão transmite ao vivo, o efeito de presença é tal que toda distância espacial fica abolida, toda fronteira temporal desaparece e cria-se a ilusão de uma história se fazendo numa cotemporalidade com o fluxo da consciência do telespectador: o acontecimento mostrado, eu o vi, eu, em meu presente, ao mesmo tempo atual e intemporal, pois passado e futuro se fundem nele. (CHARAUDEAU, 2010, p.111)

Por isso, muito mais que um recurso técnico, a transmissão direta tem seu maior valor no sentido que ela provoca. O papel do jornalista de TV não é só o de apresentação, mas de presentificação. O aqui-agora é construído inserindo o espectador no presente do acontecendo, produzindo uma interação entre os atores que pode ser descrita como forma de presença. No telejornalismo, esses fatores reforçam características fundamentais do meio como a

instantaneidade e simultaneidade. Esse efeito de presença é tão intenso que pode determinar as próprias maneiras de intervenção da TV no mundo.

A transmissão direta pode ser considerada como um tipo particular de enunciado que se organiza *em ato* – um discurso *em situação*, portanto – e, definido seu estatuto, é preciso mostrar quais as condições que, a partir das particularidades dos seus procedimentos discursivos, determinam aí a instauração de modos próprios de presença. (FECHINE, 2008b, p.16)

O efeito de “ao vivo” também pode ser instaurado tanto em uma transmissão direta quanto em uma gravada. Muitas vezes, o programa é gravado em uma sequência que confere ao espectador a sensação de ser ao vivo porque os erros não são excluídos, muito menos, a espontaneidade dos participantes da atração televisiva. O reconhecimento de uma transmissão direta, segundo Fechine (2008b), resulta de um contrato entre os envolvidos cuja regra básica é, da parte de quem transmite, um *fazer-criar* (grifo da autora) e, da parte de quem recebe a mensagem, um *criar-verdadeiro* (grifo da autora). Quem acompanha à programação da TV precisa acreditar que aquilo que está assistindo na tela está acontecendo no momento exato em que é visto.

É por intermédio dessa transmissão direta e da crença do ao vivo que há uma “conversação textual”, um “diálogo” “entre os simulacros dos produtores e receptores que o próprio texto representa dentro de si” (FECHINE, 2008b, p.41). Esta conversação simbólica é uma estratégia comunicativa da enunciação para estabelecer com o público os vínculos entre o universo televisual e o universo extratelevisual, induzindo um comportamento ou projetando um percurso interpretativo do conteúdo enunciado.

Há vários formatos de transmissão direta percorridos pela autora, mas vamos nos fixar apenas no telejornal, objeto do presente estudo, em que a que exibição ao vivo, mesclada com produções gravadas (reportagens e notas cobertas), ocorre no mesmo instante em que o noticiário é disponibilizado para a programação. Neste caso, vale tudo: erros, tropeços na fala do apresentador, colocação de materiais trocados no ar, riso e esquecimentos. “Quanto mais a TV demonstrar, através da incorporação de erros e acasos à transmissão, que não detém o controle sobre o que está sendo levado ao ar, maior a promessa de autenticidade associada, ideologicamente, ao direto” (FECHINE, 2008b, p.72). Como Arlindo Machado (2000) mesmo cita, na tevê ao vivo, todas essas marcas da “indomesticabilidade e, num certo sentido,

da *bruteza*” (MACHADO, 2000, p.131), constituem algumas de suas características mais interessantes e promovedoras de sentido.

Neste caso, a enunciação (onde acontece a transmissão do direto) produz formas concretas de interação e de intervenção no mundo. Um exemplo é a participação de pessoas ao vivo em um programa, opinando, dando testemunho, etc.. Ao fazê-lo, o espectador acaba interferindo na produção “assim como o programa pode influenciar seu comportamento, dando-lhe instruções sobre o que fazer naquele momento em que assiste TV” (FECHINE, 2008b, p.76), como nos casos de congestionamento em uma cidade. O telejornal se antecipa oferecendo dicas sobre caminhos alternativos para evitar os transtornos. Esse é um resultado que todo programa televisivo almeja: produzir efeitos de sentido propondo uma intensidade de envolvimento em quem assiste muito diferente daquele espectador dos primórdios da televisão no Brasil que tinha a postura de distanciamento, do mero observador.

Para a autora, esse sentimento do “ao vivo” instaura uma vivência de dupla natureza.

De um lado, pela instauração de um amplo efeito de contato (“de estar em contato com o mundo a todo momento”, “de ver junto com todo mundo ao mesmo tempo”, enfim, de “estar em contato” contínuo com os outros e com o mundo) e, de outro, por um efeito de acesso direto ao “real” (autenticidade), sustentado pelo prévio reconhecimento do espectador de que aquilo que está vendo está *se fazendo*, de fato, aos seus olhos tanto na tela quanto fora dela. (FECHINE, 2008b, p.83)

A intensidade dessa vivência proporcionada pelo sentimento do “ao vivo” estimula a construção de uma presença através da transmissão direta. “Um tempo e um espaço construídos *no e pelo* momento mesmo no qual sujeito e objeto entram em relação (interação)” (FECHINE, 2008b, p.87).

Definidos esses critérios, passamos a considerar a relação intrínseca da televisão com a vida cotidiana. Todos assistem TV em ambiente doméstico e familiar, em torno do qual se desenrola uma intensa atividade social, que inclui as conversas entre os familiares, portadora de sentido por si só ou nas interpretações que deflagra diante do que se vê. Como constatamos a televisão, é sim, dotada de sentidos. Mas a apreensão depende de fatores como a atenção que um espectador confere à própria TV. Fachine (2008b) recorre a John Ellis para exemplificar as maneiras como o público assiste à programação. Ele se apoia em dois regimes: o “regime do olhar” ou o “regime da olhadela” (FECHINE, 2008b, p.105). Esclarecer essas duas maneiras de perceber o conteúdo auxilia os profissionais a se

aperfeiçoarem diante de seu público.

No regime da “olhadela”, a TV permanece ligada sem que o espectador sequer pare diante da tela. O espectador apenas “monitora” a televisão enquanto realiza outras atividades, dedicando-lhe uma atenção intermitente ou esporádica. No regime do “olhar”, ao contrário, o espectador é completamente absorvido pelo que vê na TV, conferindo uma grande atenção àquilo que está sendo transmitido. (FECHINE, 2008b, p.106)

Esse resultado, manter a atenção/presença do espectador, é o grande objetivo da programação televisiva além de proporcionar ao outro a sensação de “estar no mundo”. O contato entre espectador e programa é parte essencial da construção de sentido, instaurado a partir do que se vê na tela. A diferença é o papel ocupado pela TV em casa e a rotina de cada ambiente. Em alguns casos, a televisão é utilizada para passar o tempo. Em outros, exerce papel preponderante de informar ou até mesmo organizar a rotina diária de milhares de telespectadores. Diante dela, ninguém se sente sozinho. Instala-se um tipo de efeito de presença que é o de falar diretamente ao espectador,

seja por meio de um olhar dirigido diretamente à câmera ou por uma menção verbal direta ao espectador (“você que está em casa...”; “você pode enviar sua pergunta agora...”etc.). Instala-se aqui, necessariamente, um *tu* frente a um *eu* que, em meio à dispersão do ambiente doméstico, contribui para criar um vínculo entre a TV e o espectador (chamando, de modo mais pessoal, sua atenção, por exemplo). Com a interpelação direta ao espectador, a TV esforça-se para construir um tipo de relação interpessoal entre aquele que vê e aquilo que é visto. (FECHINE, 2008b, p.114)

Esse esforço é o que conhecemos como “algo mais” que gera uma variedade de sentidos instaurada pelo nosso contato com a TV promovendo uma interação baseada na co-presença. Essa relação, produzida pela comunicação mediada, percorre preceitos muito mais subjetivos. A falta de contato físico promove no espaço da enunciação a construção de simulacros na qual aconteceria a interlocução. As estratégias adotadas pelos telejornalistas envolvem artifícios linguísticos, conforme cita Fachine (2008b). Entre elas, as referências ao espaço físico doméstico, a direcionalidade dos olhares, planos e enquadramentos, articulação entre *links* internos e externos (incluindo uso de telão ou monitores do estúdio), anulação da oposição entre o “cá”, a localização do “eu” e o “lá”, lugar do “tu”, entre outros recursos adotados na transmissão.

Uma das ferramentas utilizadas para construção deste espaço de interlocução é o olhar

dos personagens televisivos. Tanto apresentadores, repórteres, atores ou convidados dirigem seus olhares para frente, o chamado contra-campo, onde se encontra o telespectador. É durante a encenação entre o profissional e o público (que não está presente fisicamente, mas está personificado de maneira subjetiva) que revelamos o “lugar cênico”, o espaço onde se estabelece o “aqui” da enunciação. Esse espaço de representação ou encenação, segundo a autora, é “instaurado *na e pela* própria transmissão quando se reconhece nesta uma configuração enunciativa semelhante a do teatro” (FECHINE, 2008b, p.141).

Estabelecida a configuração da transmissão direta e a necessidade de se autenticar o espaço da representação ou da encenação com vistas a se aproximar e formar vínculos com a audiência resta aos telejornais eliminar as distâncias entre o produto (e sua ausência no local do acontecimento) e o fato jornalístico (onde tudo se desenrola). O primeiro desafio, segundo Fechine (2008b), é instaurar um tempo atual convocando a participação dos repórteres que estão na rua. Esse é o recurso mais comum e muito utilizado pelos noticiários para conferir o efeito de presença de sua equipe nos locais dos acontecimentos. “‘A TV está em *link* com o mundo. Se você está em *link* com a TV, você também está em *link* com o mundo’, é o que implicitamente nos assegura o próprio uso do direto pela TV” (FECHINE, 2008b, p.226). A intenção, neste caso, também é produzir um sentido de envolvimento com o conteúdo.

Este sentido de participação, de inserção, do próprio telejornal nos acontecimentos é dado pelo que, metaforicamente, pode ser pensado como uma “ponte” espaço-temporal entre a TV e o “mundo” construída justamente pela entrada “ao vivo” do repórter: quando se coloca no mesmo momento de “fala” do apresentador, o repórter confere ao fato reportado a mesma atualidade de suas performances e, ao “falar” com o apresentador a partir de um espaço próprio ao fato reportado, ele coloca o telejornal no local mesmo da ocorrência. (FECHINE, 2008b, p.186)

Por intermédio desse recurso tecnológico, a emissora transfere ao repórter e ao apresentador a função de conectar dois ambientes: o televisivo e o familiar. Tanto um quanto o outro devem fazê-lo de maneira natural, espontânea, adotando o coloquialismo para conferir ainda mais espontaneidade à ação. A encenação entre os interlocutores provoca o efeito do “estar junto”. O apresentador está junto ao repórter que está na rua e ainda apresenta ao espectador todas as informações acerca do ambiente externo. Apresentador e repórter conversam entre si, mas não devem esquecer a inclusão do espectador nos diálogos a quem esperam envolver e mobilizar.

Juliana Freire Gutmann (2009) reforça que os enquadramentos de câmera também têm sido muito explorados “como modalizadores discursivos para a promoção de distanciamentos, aproximações e mesmo inclusões do espectador na cena comunicativa” (GUTMANN, 2009, p.9). O enquadramento padrão do noticiário televisivo é a câmera estática em plano médio, através do qual os enunciadores são focalizados na altura da bancada⁹. Mas, com as recentes modificações na cena de apresentação do telejornal, os veículos têm explorado o *travelling*, o *zoom* e até mesmo o movimento panorâmico. Todos os recursos são utilizados para dar movimento aos interlocutores na cena comunicativa. Em muitos casos, o movimento conferido à câmera é o mesmo percurso do olhar do telespectador até o apresentador, como estratégia de convocação da atenção.

Essa continuidade temporal, espacial e o tom de conversa que a TV tanto busca acontecem no interior do enunciado, na construção do espaço da encenação, na cena de apresentação do telejornal, forjados pela transmissão direta. É neste momento que os sujeitos entram em contato. “A instauração de um efeito de ‘estar frente a frente aqui e agora’ define interações, tanto entre os enunciadores (e seus delegados) quanto desses com os enunciatários, que podem ser descritas, caso a caso, como modos de presença” (FECHINE, 2008b, p.194).

Juliana Freire Gutmann (2009) destaca que a postura dos apresentadores se configura como um importante elemento na articulação entre as histórias levadas ao ar pelo telejornal e a audiência. Para ela, esta seria a marca do telejornalismo. O apresentador e seu corpo significante se colocam diante do público a uma distância inexistente – se considerarmos os modos de presença. O “olho-no-olho” produz a tão pretensa aproximação. O olhar do apresentador fala diretamente no olho de quem está em casa, contribuindo, assim, para estimular a identificação do sujeito com o telejornal. Nesse jogo enunciativo, é estabelecido o contato entre as partes e o *status* de confiança.

Charaudeau (2010) reforça a fala de Gutmann (2009).

No que concerne ao *espaço*, a mídia televisual pode criar a ilusão de contato entre instância de enunciação e instância de recepção – na representação pela imagem de uma situação face a face entre essas duas instâncias (a posição do apresentador do telejornal, diante da câmera, logo, diante do telespectador, simula o face a face da situação da interlocução). (CHARAUDEAU, 2010, p.111)

⁹ A nomenclatura para os planos variam de um lugar para outro e mudam com o passar do tempo. Na definição de Harris Watts (1990), o plano médio estabelece como corte o enquadramento abaixo dos cotovelos.

Ao utilizar-se de todos esses procedimentos, a televisão proporciona o simulacro do contato e cria a ilusão de que representa o mundo dos acontecimentos: perto ou longe, o exterior torna-se presente e real. Charaudeau (2010) argumenta que essa sensação produz outro efeito, o da autenticação do fato. Se eu assisti o acontecimento pela televisão, ele existe. Esse efeito de fascinação que a tevê gera pode transformar o espectador em uma pessoa obcecada pela imagem. Ele passa a ter fixação pelo que vê na tela, eliminando o restante do mundo e reduzindo a percepção que tem do exterior apenas ao que é exibido na programação. Sem contar com o efeito de *voyeurismo* “que pode fazer com que o telespectador tenha a impressão de penetrar em uma intimidade sem que a pessoa olhada o saiba” (CHARAUDEAU, 2010, p.112).

Apesar da superfície plana, a televisão tenta incorporar três espaços que constituem lugares de construção do sentido:

um espaço externo, onde surgem os acontecimentos do espaço público, um espaço interno, onde se desenrola a cena midiática de representação dessa realidade, e um espaço interno-externo, que seria o lugar em que se articula uma relação simbólica de contato entre a instância midiática e a instância telespectadora. Assim, a instância midiática televisiva está numa posição de pivô duplamente orientada: referencial, quando olha para o mundo exterior que ela mostra, relata e comenta, e de contato, quanto olha o telespectador que ela procura interessar e emocionar, que ela solicita e interpela. A televisão é, ao mesmo tempo, “instância exibidora” com relação ao mundo exterior e “instância exibida” com relação ao telespectador, sendo este “instância que olha”. É a produção geral, lugar por excelência da articulação entre o mundo exterior, o estúdio e o telespectador, que coordena essa *mise-em-scène*. (CHARAUDEAU, 2010, p.223).

Itânia Mota Gomes (2005) denomina essa aproximação da televisão ou uma determinada atração da programação com o espectador como modo de endereçamento que, segundo ela, “se caracteriza pela relação que o programa propõe para ou em conjunto com a sua audiência” (GOMES, 2005, p.1). No que tange ao telejornalismo, analisar o modo de endereçamento possibilita compreender quais os formatos e as práticas de recepção solicitadas e construídas pelos noticiários. Gomes entende que o modo de endereçamento é algo que está no texto ou no programa e que age sobre os telespectadores. “é um processo invisível que parece *convocar* o espectador a uma posição a partir da qual ele deva ler o filme” (GOMES, 2005, p. 2).

No que tange à análise televisiva, o conceito proposto pela autora tem sido apropriado para avaliar como um determinado programa se relaciona com a audiência a partir da

construção e adoção de um estilo que o identifica, o qualifica e o diferencia do restante da programação.

O conceito de modo de endereçamento, quando aplicado aos estudos de jornalismo, nos leva a tomar como pressuposto que quem quer que produza uma notícia deverá ter em conta não apenas uma orientação em relação ao acontecimento, mas também uma orientação em relação ao receptor. Esta “orientação para o receptor” é o modo de endereçamento e é ele, em boa medida, que provê grande parte do *apelo* de um programa para os telespectadores. (GOMES, 2005, p. 3)

Entre os elementos ou operadores que se apresentam para análise estão o mediador, a temática, a proximidade com a audiência, o contexto da comunicação, o pacto sobre o papel do jornalismo, recursos da linguagem televisiva, os formatos de apresentação da notícia e o texto verbal. A figura central quando se trata de programa jornalístico na TV é o apresentador, aquele que representa a “cara” do programa. É ele quem constrói a ligação entre o telespectador e os outros jornalistas que também atuam no noticiário. “Assim, para compreender o modo de endereçamento, é fundamental analisar quem são os apresentadores, como se posicionam diante das câmeras e, portanto, como se posicionam para o telespectador” (GOMES, 2005, p. 4).

O posicionamento dos apresentadores mudou ao longo de mais de seis décadas de telejornalismo no ar. As mudanças mais substanciais ocorreram na virada dos anos 1980, quando os jornalistas assumiram a bancada de apresentação, no lugar dos locutores. No Jornal Nacional, o maior noticiário televisivo do país, a alteração aconteceu no final dos anos 1990, quando os apresentadores símbolos do programa, Cid Moreira e Sérgio Chapelin, foram substituídos por dois jornalistas da emissora, William Bonner e Lilian Witte Fibe. A intenção, segundo a própria emissora, era dar mais credibilidade e dinamização na apresentação dos fatos e nas coberturas jornalísticas, uma vez que os profissionais poderiam improvisar e intervir no noticiário no momento em que ele é levado ao ar (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 287-288).

Os jornalistas viraram apresentadores e âncoras e, também, passaram a responder pela edição dos jornais. Gomes (2005) avalia que essa nova concepção contribuiu para dar “um quê de ‘vida real’ para a bancada” (GOMES, 2005, p.10). Os profissionais têm total domínio do conteúdo que leem e, conseqüentemente, são reflexo da “expressividade que transmitem, tanto na entonação da voz quanto nas expressões faciais” (GOMES, 2005, p.10). Por isso, são

caracterizados como intérpretes da notícia. Daí a importância de se estudar a força e a representatividade dos apresentadores.

4.3) A CARA E A VOZ DOS TELEJORNAIS: O PROTAGONISMO EXERCIDO PELOS APRESENTADORES NO NOTICIÁRIO

Os apresentadores são a cara e a voz do telejornal que apresentam – ou representam. É por isso que são tão amados ou criticados por quem assiste ao noticiário do qual fazem parte. Ivor Yorke (2006) defende que os apresentadores são os principais ocupantes da cena, os responsáveis pela leitura das notícias, os “rostos dos quais o sucesso ou o fracasso de qualquer telejornal pode dizer que depende” (YORKE, 2006, p.48). Yvana Fachine (2008a) corrobora com o teórico e acredita que a “credibilidade do telejornal é influenciada diretamente pela confiança que os espectadores depositam nos seus apresentadores” (FECHINE, 2008a, p.1).

São eles que conduzem a enunciação do telejornal, interpelando diretamente os espectadores. Eles narram, de um lugar de fala autorizado, os acontecimentos do dia. Por isso, segundo Yorke (2006), são identificados com os programas que apresentam, tal é a força e o envolvimento que possuem com a informação e com os espectadores que os acompanham. Baseando-se em Orozco Gómez, Hagen lembra que “a interação entre o telespectador e a TV começa antes de ligar a televisão e não termina uma vez que esta está desligada” (HAGEN, 2008a, p. 4).

Em seu livro sobre telejornalismo, Ivor Yorke (2006) ilustra a importância do apresentador referenciando um texto escrito por Robert Dougall, apresentador da BBC, de Londres, por mais de 15 anos.

A televisão cria uma proximidade e intimidade que não se compara à de qualquer outro meio. Sua imagem é projetada diretamente nos lares das pessoas. Você se torna, assim, um convidado de honra em incontáveis salas de estar. Além disso, um apresentador não está representando, não aparece como outro personagem, ou em uma fantasia, mas como ele próprio. Assim ele constrói, ao longo dos anos, uma espécie de identificação com o público. (DOUGALL, 1973, apud YORKE, 2006, p.245)

A declaração fica evidente quando analisamos a postura do jornalista Walter Cronkite. Durante a maior parte da segunda metade do século XX foi apresentador do jornal da CBS e considerado uma das pessoas mais confiáveis dos Estados Unidos. O status alcançado pelos

apresentadores provoca a verbalização de termos como detentores de credibilidade, honestidade e naturalidade quando as pessoas se referem a eles. White Ted (2008) também traz a contribuição de Jim Boyer, ex-diretor de jornalismo de uma emissora em Nova Orleans. Ele reforça a importância dos apresentadores ao revelar que os espectadores preferem assistir a âncoras de que gostam e com quem se sentem confortáveis. Os profissionais, então, são comparados a velhos amigos que noticiam um fato em um ambiente agradável. Assim, segundo Boyer, ficaria mais fácil acompanhar, compreender e valorar o que foi visto no telejornal.

Sean Hagen (2008b) baseia-se em Maffesoli para nomear os apresentadores como “‘cimento social’ que agrega um sobre valor ao telejornal, dando ‘forma’ a ele” (HAGEN, 2008b, p. 7). Já Juliana Gutmann (2009) classifica os apresentadores como “os protagonistas da cena, os ‘donos da informação’, os que sabem, atestam, desaprovam ou aprovam, os que aconselham, vigiam, enfim, os que têm autoridade para apresentar à população os principais fatos do dia” (GUTMANN, 2009, p. 11).

Essa representação, para Sean Hagen (2008a), é baseada em preceitos emocionais que estimulam a identificação com o público contribuindo, também, para dar equilíbrio às pretensas objetividade e imparcialidade das notícias. Ao ofertar ao espectador essa projeção e identificação, o autor reforça que os apresentadores “firmam laços capazes de fazer da transmissão de notícias algo maior do que simplesmente informar, possibilitando ‘sentir com emocionalidade’ aquilo que foi narrado” (HAGEN, 2008a, p.4). Essa presença emocional que a imagem dos apresentadores gera estimularia nos telespectadores a busca pelo conforto, um ambiente harmonioso e seguro em um mundo contemporâneo desalinhado.

É no rosto do apresentador que quem está do outro lado da tela busca uma melhor compreensão das reportagens. Diante da interação estabelecida frente à TV, o público fixa o olhar com mais intensidade na direção dos apresentadores.

São eles que asseveram a veracidade do que está sendo mostrado, fazem a costura dos assuntos, tornando-se o próprio jornalismo aos olhos do público. [...] é a imagem de seus rostos que reforçam os laços no outro [...] Com inúmeras entradas durante todo o telejornal, sobressaem frente a todos os outros rostos [...] (HAGEN, 2008a, p. 7)

Como os apresentadores acumulam inúmeras entradas durante o noticiário, acabam por se sobressair frente aos demais rostos como os dos repórteres e entrevistados. Hagen

(2008a) acrescenta que a fidelização não acontece apenas porque o espectador quer se manter bem informado, mas porque o fator emocional cria uma identificação que ultrapassa as questões racionais, como trocar de canal ou desligar a TV. Para ele, “a imagem de competência e excelência dos apresentadores, de alguma forma, transmite a sensação de excelência da informação, assegurando a credibilidade tão incensada no jornalismo” (HAGEN, 2008a, p. 10). O autor acrescenta que cabe aos apresentadores estreitar os laços e fidelizar o público.

Se os apresentadores são o fio condutor, a espinha dorsal do programa, uma vez que articulam as diferentes histórias contadas em uma edição de um telejornal, acabam assumindo o papel de diferentes pessoas com funções de autoridade simbólica, já que detém a informação.

O noticiário principal – papel que tende a ser exercido pelo editor do telejornal – trabalha a partir de elementos de identificação com o público, dando ao receptor/telespectador a sensação de que está recebendo um visitante ilustre, uma personalidade ou autoridade cuja presença por si só já agrega *status* e importância ao seu espaço doméstico. (TEMER, 2010, p.114-115)

Sob esse aspecto, Ana Carolina Temer (2010) assegura que o telejornal funciona baseado em um “diálogo televisual”, a partir da narrativa das histórias que apresenta. Esta experiência proporciona o que a autora denomina de rompimento da sensação de unilateralidade pois permite a abertura de um espaço inconsciente onde há diálogo e a sensação de contato com o narrador. “Para reforçar este aspecto, os telejornalistas são escolhidos prioritariamente a partir do grau de empatia com o público ou, traduzindo, na capacidade para sustentar a ilusão de uma conversa quase íntima com um receptor distante” (TEMER, 2010, p.116).

Essa simulação do contato direto é destacada por Iluska Coutinho (2008): “Durante os telejornais, esse ‘contato’ ganha força na medida em que apresentadores, repórteres e entrevistados se dirigem diretamente ao telespectador em um simulacro do olho-no-olho” (COUTINHO, 2008, p.21). A pesquisadora ressalta, também, a relação de confiança produzida pelo telejornal. Eugênio Bucci, citado por Coutinho, comenta que o sucesso do noticiário dependeria desse vínculo afetivo. Mauro Porto (2002) vai além, defendendo que pode existir confiança do público no telejornal e nos apresentadores mesmo quando não se

confia na emissora televisiva.

[...] o público pode confiar no gênero telejornal enquanto fonte neutra de informação e no apresentador enquanto personalidade, ao mesmo tempo em que permanece cético com relação à imagem da emissora e ao seu papel político, tendo assim menos confiança no conteúdo do noticiário. Em outras palavras, o gênero “noticiário” e a personalidade do apresentador podem desfrutar altos níveis de credibilidade, ao mesmo tempo em que a imagem da emissora permanece negativa. (PORTO, 2002, p. 14)

Para Coutinho (2003), a simulação do contato e o vínculo afetivo promovidos pelos noticiários televisivos também seriam conquistas da noção de dramaturgia que o telejornalismo compreende. Muito além da encenação e da atuação dos profissionais, a organização das matérias pressupõe esse caráter que se apresenta como “uma narrativa verossímil da realidade, tecida como um drama cotidiano” (COUTINHO, 2003, p.201). A pesquisadora sugere que a dramaturgia do telejornalismo estaria ligada ao fato de a televisão ser um veículo que fornece ao espectador experiências vividas por meio da mobilização de suas emoções. “Assim, as narrativas da realidade nessa mídia deveriam ser construídas de modo que pudessem reproduzir ou ‘imitar’ a forma como as pessoas vivem e experimentam o mundo, ainda que pela TV” (COUTINHO, 2003, p. 201).

O encanto e a magia evidenciados no meio fascinam quem acompanha os fatos pela tela da tevê. Atualmente, os apresentadores dos telejornais experimentam esse fascínio do público e passaram a ser tratados como celebridades. Ivor Yorke (2006) lembra que até as transferências de profissionais para outro canal começam a acontecer com anúncios publicitários – algo semelhante às trocas dos jogadores de futebol, com salários sendo objetos de inveja e indignação. “Por trás de tudo isso, o propósito de se contratar o apresentador certo é ajudar a construir e manter um público fiel para telejornais e outros programas” (YORKE, 2006, p.248).

Yvana Fachine (2008a) compartilha da mesma opinião e ressalta que a nova concepção em torno do apresentador foi uma grande mudança experimentada pelo telejornalismo, especialmente, a partir dos anos 90.

Do “locutor de notícias”, que se limitava a ler as informações com atitude distanciada e em estilo radiofônico, ao “âncora”, que se posiciona enfaticamente sobre os fatos noticiados, podemos observar grandes transformações não somente nos papéis, mas nas posturas e perfis dos apresentadores de telejornal. (FECHINE, 2008a, p. 2)

A evolução na apresentação do noticiário provocou uma mudança na retórica dos telejornais e influenciou no modo com que cada profissional se comporta na “vida real”. De uma maneira geral, antes, eles primavam pela discrição pessoal. Hoje, muitos são objetos de exposição em revistas, sites e programas dedicados à fofoca ou aos famosos. Tamanha curiosidade em torno desses profissionais seja fruto de sua postura em cena. Fechine (2008a) ressalta que alguns se revelam mais descontraídos, brincam e revelam ao vivo gostos e comportamentos. É como se tornassem parte da família. Para a autora, isso faz com que o apresentador passe

[...] a ser percebido paulatinamente pelo público como alguém mais próximo e familiar, alguém de quem ele conhece até alguns aspectos da vida, das experiências, das opiniões e preferências pessoais. Pode ainda, por outro lado, ser visto pelo telespectador como alguém capaz de defender seus interesses e manifestar suas posições, apto a expressar às autoridades, aos políticos ou a representantes da sociedade civil aquilo que ele próprio gostaria de falar. (FECHINE, 2008a, p. 2)

Edgar Morin (1997) teoriza sobre a influência da cultura de massa na concepção e construção de mitos. A partir das contribuições do autor, poderíamos considerar que na atualidade os personagens da TV são os olímpicos modernos, promovidos à divindade.

Fazendo vedete de tudo que pode ser comovente, sensacional, excepcional, a imprensa de massa faz vedete de tudo que diz respeito às próprias vedetes [...] como se o leitor fosse o *voyeur* de um grande espetáculo, de um *super-show* permanente cujos deuses seriam os atores. (MORIN, 1997, p. 99)

Para o autor, o público confunde o imaginário e o real. Isso acontece por estímulo da cultura de massa que “se torna o grande fornecedor dos mitos condutores do lazer, da felicidade, do amor, que nós podemos compreender o movimento que a impulsiona, não só do real para o imaginário, mas também do imaginário para o real” (MORIN, 1997, p. 90).

Bara (2012) avalia esse aspecto ao analisar os mitos em que se transformaram os apresentadores do Jornal Nacional (JN). Para incentivar o processo de identificação, os apresentadores do JN¹⁰ procuram criar laços com o público não só durante a exibição do telejornal. O processo de efetivação de vínculos também acontece pelo uso de outros meios de comunicação, como o impresso, o televisivo e o virtual. A mídia, por sua vez, aproveita para

¹⁰ Na época em que pesquisou os apresentadores do Jornal Nacional, os profissionais que encabeçavam o telejornal eram William Bonner e Fátima Bernardes, substituída em 5 de dezembro de 2011 por Patrícia Poeta.

divulgar informações que julga pertinentes sobre as celebridades em que se transformaram. “Dessa forma, William Bonner e Fátima Bernardes dialogam com o público via mídia, tecendo uma relação de proximidade, de intimidade, que facilita a identificação dos telespectadores com o mesmo” (BARA, 2012, p.88).

Se o telejornal está cada vez mais próximo do telespectador, se os profissionais buscam a naturalidade em cena, o cenário da enunciação também se inspira e absorve as aparências da realidade. “A informação transforma esses olimpos em vedetes da atualidade” (MORIN, 1997, p. 105). O apresentador, então, torna-se um olimpiano que se comunica, por intermédio da cultura de massa, com a humanidade num movimento constante de projeção e identificação. “Os olimpianos, por meios de sua dupla natureza, divina e humana, efetuam a circulação permanente entre o mundo da projeção e o mundo da identificação. Concentram nessa dupla natureza um complexo virulento de projeção-identificação” (MORIN, 1997, p. 107).

Os apresentadores olimpianos, portanto, tomando como referência a concepção de Morin, possibilitam a comunicação de diferentes universos: “o do imaginário, o da informação, o dos conselhos, das incitações e das normas” (MORIN, 1997, p. 108). O francês Patrick Charaudeau (2010) também analisa a força e a penetração dos telejornais no universo público. O teórico destaca dois aspectos dominantes da encenação do telejornal e que produzem a audiência: o *propósito* e a construção da *identidade* dos parceiros e de suas *relações* (grifos do autor). O *propósito*, segundo ele, é marcado pela atualidade. São os acontecimentos que se apresentam em forma de notícia e são ofertados ao espectador como um recorte do que ocorreu no espaço público em um determinado tempo.

Já a *identidade* dos envolvidos – e aí englobamos os apresentadores, repórteres, entrevistados e até mesmo os telespectadores, é “determinada pelo conjunto da encenação do telejornal, cujo papel principal é desempenhado pelo apresentador” (CHARAUDEAU, 2010, p.229). Como exemplificou Morin (1997), o apresentador é o pivô da encenação exercendo dupla função de interface “por um lado entre o mundo referencial e o telespectador, por outro entre o estúdio – materialização do mundo midiático – e o telespectador, sendo essas duas funções exercidas de maneira quase simultânea” (CHARAUDEAU, 2010, p 229).

Para o autor, o contato entre o estúdio e o espectador começa na abertura do jornal, quando o apresentador, da cena, saúda o público.

Depois, durante todo o desenrolar do jornal, ele construirá uma imagem de enunciador personalizado (um *eu*) que se expressa como se estivesse falando diretamente a cada indivíduo da coletividade dos telespectadores: ora participando sua própria emoção com relação aos acontecimentos dramáticos do mundo (enunciação “elocutiva”), ora solicitando sua atenção ou seu interesse, e mesmo interpelando-o (enunciação “alocutiva”), tudo isso com o auxílio de movimentos do rosto (mesmo os mais discretos), de certos tons de voz, da escolha de determinadas palavras. Pode ser que constituam estratégias particulares, mas o discurso personalizado é um dos traços desse gênero. (CHARAUDEAU, 2010, p.229)

O apresentador, portanto, é um maestro da cena. Charaudeau (2010) exemplifica que é ele que anuncia, indica como abordar a notícia (função de guia), passa a palavra aos repórteres (função de organizador das retransmissões), toma para si a retomada das falas (função de orientador) e distribui a vez de cada fala demonstrando conhecer a informação (função de moderador). A função de delegado é alcançada quando o profissional se transforma em representante dos cidadãos, pois demonstra preocupação com a vida social.

Juliana Gutmann (2009) também discorre sobre esse tema. Agora que os apresentadores falam entre si e se remetem diretamente a audiência, os profissionais que atuam na cena de apresentação vêm configurando uma relação de maior proximidade e informalidade diante dos que os assistem.

O estabelecimento do contato entre as partes do discurso, e conseqüentemente o *status* de confiança, é forjado nesse jogo enunciativo regido pelo corpo dos apresentadores, que olham para o telespectador e o convocam a todo o instante através, por exemplo, do recorrente uso do pronome *você* (GUTMANN, 2009, p.8)

Gutmann (2009) avalia que muitos telejornais são apresentados por dois profissionais. Ou, então, quando apenas um profissional é responsável pela enunciação ele se transforma em condutor central da enunciação, colocando-se como principal delegado do discurso. Quando apenas um apresentador enuncia, há a convocação dos repórteres nos *links* ao vivo ou as participações em entrevistas direto de estúdio. Essa simultaneidade entre um sujeito que fala e os que ouvem, acaba por incluir o telespectador em uma mesma instância discursiva de segundo delegado do discurso. Esse efeito é provocado pela atuação dos apresentadores e o uso do corpo que permite a este delegado da fala dirigir-se à audiência e aos demais participantes do enunciado gerando a sensação de todos fazerem parte de um mesmo tempo presente.

Para fortalecer esse aspecto a cada dia, a cena de apresentação também foi sendo modificada ao longo de décadas. A exibição das redações como pano de fundo, modelo adotado por muitos noticiários brasileiros, é uma das estratégias de construção de credibilidade e aproximação do telespectador. Itânia Mota Gomes (2005) considera a postura uma maneira de o espectador transformar-se em “cúmplice do trabalho de produção jornalística” (GOMES, 2005, p.5). Outra mudança ocorreu quando os apresentadores saíram da cadeira atrás da bancada e passaram a circular pelo estúdio, eliminando o que Yorke chama de “*take*-padrão do apresentador” (YORKE, 2006, p.246). A partir desse enquadramento, o público não podia ver nada além da metade superior do corpo do apresentador.

Em outubro de 2002, a Rede Globo de Televisão experimentou algo inédito no Brasil durante o último debate entre os candidatos à presidência da república, Luiz Inácio Lula da Silva (PT), e José Serra (PSDB). O modelo do encontro foi inspirado nos debates que acontecem na reta final das campanhas presidenciais norte-americanas. Ali Kamel, diretor executivo de jornalismo da emissora, conta que a preparação para realização deste programa foi intensa, incluindo pesquisas sobre debates ocorridos em outras partes do mundo.

Eu me lembrava de um debate entre Bush e Al Gore, o último da campanha de 2000. Tinha na lembrança que eles ficavam numa arena e podiam se movimentar livremente. Pedi as fitas ao escritório de Nova York e assisti a tudo novamente. Tudo isso meses antes, talvez em fevereiro. E me fixei naquele modelo arena. (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p.366)

O modelo proposto por Kamel foi aprovado pela direção da Globo e apresentado aos candidatos que aceitaram o desafio. Do debate americano, três elementos foram aproveitados pela emissora brasileira: a arena, a possibilidade de os candidatos se movimentarem livremente e a plateia que fazia perguntas. Estava instaurado um novo modelo que foi, em parte, adotado anos depois pela emissora em alguns telejornais da grade de programação: a possibilidade de o apresentador se libertar da bancada e circular pelo estúdio. Nessa perspectiva, cabe ao apresentador até mesmo ficar de costas para voltar sua atenção ao repórter que aparece no telão, marca do *link* ao vivo que faz a ponte com o ambiente externo. Ao virar-se de costas, o apresentador passa a vez da fala ao repórter e deixa subentendido aos espectadores: “todos agora prestam atenção nas informações que serão dadas por ele”. A naturalidade do ato agrada quem assiste.

Juliana Gutmann (2009) cita outros apelos estéticos adotados pelas emissoras como estratégias comunicativas do telejornal: os elementos plásticos como cores, movimentos de câmera e trilhas sonoras. “Enquanto textos audiovisuais, os textos televisivos possuem uma natureza múltipla dotada de diferentes níveis expressivos (visuais e sonoros) que reproduzem, para o espectador, uma dada realidade” (GUTMANN, 2009, p.3). Gutmann cita a autora francesa Hélène Duccini para discutir os *mises em scène* televisivos. Ela elenca os seguintes dispositivos visuais e sonoros responsáveis pela mensagem televisiva: “o enquadramento, os movimentos dentro de um quadro (movimentos de câmera), o ângulo de visão, a luz e a cor, o ruído, a música e a voz (*in e off*)” (GUTMANN, 2009, p.3). Dessa maneira, a pesquisadora brasileira conclui que, ao lado da narrativa visual, que se coloca como um documento de um fato que aconteceu, atua a narrativa verbal como um suporte fundamental para sugerir sentido ao que é exibido nos noticiários.

5) A QUEDA DA BANCADA: QUANDO O NOTICIÁRIO PÕE ABAIXO A BARREIRA ENTRE O TELEJORNAL E O ESPECTADOR

A televisão é um poderoso veículo e vem se firmando como o mais importante meio de comunicação na sociedade. Inserido nesse contexto, o telejornal surge como o principal meio de informação da população brasileira, fato que merece ser estudado em diversos aspectos e angulações. Em Juiz de Fora, o MGTV 1ª Edição, da TV Integração, é um dos principais telejornais da Zona da Mata Mineira e Vertentes. É o mais antigo no ar, disputando com o MGTV 2ª Edição, os maiores índices de audiência da região e atuando de forma significativa como um dos responsáveis pela construção/consolidação de uma determinada identidade juiz-forana por meio da utilização do discurso televisivo.

O MGTV 1ª Edição, nosso objeto de análise, é um telejornal referência em sua área de abrangência e também por ser concebido com base nos similares nacional, o Bom Dia Brasil, e seu similar estadual, Bom Dia Minas. Ambos foram constituídos baseados “na abordagem informal e na linguagem acessível” (MEMÓRIA GLOBO), numa tentativa de reproduzir a informalidade de uma sala de estar. Yvana Fachine (2008b) destaca que esse espaço simbólico funciona como um lugar de diálogo, “estabelece uma co-presença entre todos os sujeitos envolvidos na comunicação” (FACHINE, 2008b, p.115), instaurando o que ela denomina de “lugar” de interação.

A criação e a manutenção de vínculos de confiança com o telespectador tornam-se um desafio. Coutinho e Mata (2010) afirmam que essas são “estratégias utilizadas no telejornalismo para garantir essa relação de pertencimento mútuo.” (COUTINHO & MATA, 2010, p.239). Entre estas estratégias, encontramos a cena de apresentação do telejornal, composta pelo cenário, pelos enquadramentos, pelos movimentos de câmeras e lentes, pela figura do(s) apresentador(es), pelas movimentações do(s) apresentador(es), entre outros elementos presentes na enunciação. Daí a importância de estudarmos o processo de identificação propiciado pela cena de apresentação dos telejornais e o movimento cada vez maior de aproximação com o público.

Inicialmente inspirados nos modelos norte-americanos, com a presença de apresentadores atrás de uma bancada, alguns telejornais, hoje, possuem cenas de apresentação bem diferentes. Como asseguram Silva e Rocha (2010), em 2010, “a maioria dos telejornais

da TV aberta lançou seus novos cenários” (SILVA & ROCHA, 2010, p.204). Isso pode ser identificado no MGTV, que adotou uma nova cenografia, em maio de 2011. O telejornal passou a ser exibido para a região a partir de uma cenografia inovadora com dois elementos executando funções completamente distintas das que exerciam desde a implantação do noticiário televisivo no Brasil. Os apresentadores agora ficam de pé, revelam ao público seu corpo inteiro, e caminham pelo estúdio. A bancada também deixou de ser um objeto fixo. Agora ela possui rodinhas que permitem sua circulação e não funciona mais como um obstáculo entre o espectador e o telejornal.

A queda da bancada, uma expressão denominada por nós para marcar o fim de uma era no telejornalismo, representa uma das mudanças mais substanciais na cena de apresentação. A atual editora e apresentadora do MGTV 1ª Edição, Érica Salazar, se desloca com muita habilidade no novo cenário, talvez em função de sua experiência como atriz de teatro. A jornalista comenta que, por sua intimidade com a encenação, sempre foi adepta de uma apresentação mais natural, leve e coloquial. Salazar se recorda do tempo em que apresentou o noticiário sentada atrás de uma mesa triangular (a antiga bancada que fazia parte do cenário anterior) ao lado de outro apresentador. A regra era não se mexer muito.

[...] a própria mesa já enquadra a gente inclusive na postura. Então eu não podia me mexer demais porque eu saía do quadro. A gente tinha um cinegrafista no estúdio e três câmeras para ele operar. Uma em cada apresentador e mais uma no geral. Então, assim, se eu saísse, ele ia ficar maluco. Então, a minha câmera ficava fixa. Eu praticamente era comportadinha tinha que ficar ali enquadrada o tempo todo. Ele fazia os ajustes às vezes, mas ainda era um modelo mais engessado. (SALAZAR, 2012)

No jornal de estreia do novo formato do MGTV 1ª Edição, em nove de maio de 2011, os três apresentadores da emissora participaram da exibição do programa já revelando a principal novidade: a circulação pelo cenário. Na nova concepção, a bancada deixou de ser o objeto de maior destaque, ao lado do apresentador, para se tornar mais um acessório. Na maior parte das vezes, ela funciona apenas como apoio ao *script*. A caminhada do apresentador pelo estúdio, juntamente com a naturalidade da expressão corporal e a leveza do texto, tentam reforçar a sensação de informalidade e aproximação com o público na enunciação das notícias. Os profissionais circulam entre dois telões, dois banquinhos (que são colocados quando há entrevista de estúdio), e uma pequena mureta, além da bancada.

Érica Salazar revela que a mudança não foi de um dia para o outro. Ela aconteceu de

maneira gradual, ainda no cenário antigo. As primeiras alterações foram no enquadramento de câmera, promovendo o diálogo e a cumplicidade entre os apresentadores, e no texto, mais coloquial. Os profissionais já desconfiavam que o cenário seria o próximo passo em direção a um novo formato para o noticiário.

Então, o enquadramento passou a ter mais câmera aberta. Então, em vez de ficar eu numa câmera, e o Ricardo (Ricardo Ribeiro, também apresentador do MGTV 1ª Edição, na versão antiga do cenário) na outra, ficávamos nós dois numa câmera só. Então, ali a gente conversava. Então, assim, o cenário era o mesmo, mas a linguagem já começava a mudar. Então a gente fazia comentários, eu brincava muito com ele, tanto com o repórter na rua. Aí sim a gente começou a fazer um texto que chega mais próximo do que a gente tem hoje. Ainda não era esse, mas já tinha aberto muito e as pessoas começaram a notar isso porque a gente começava a falar de coisas às vezes pessoais [...]. (SALAZAR, 2012)

Para o pesquisador Flávio Porcello (2008), as modificações na nova cena de apresentação podem conferir ainda mais importância ao componente visual, principal responsável pela fascinação do público. Aumentar o peso da imagem em relação ao valor da palavra pode facilitar a compreensão do enunciado, uma vez que “o telespectador decodifica, mais facilmente, os códigos visuais do que os verbais” (PORCELLO, 2008, p.51). A autora Célia Ladeira Mota (2009) revela que “quando examinamos a prática do telejornalismo buscamos, em primeiro lugar, observar a cena de enunciação dos textos” (MOTA, 2009, p.3). É esse quadro cênico que define o espaço no qual o enunciado adquire sentido. A autora recorre ao francês Dominique Maingueneau para reforçar que “todo discurso, por sua manifestação mesma, pretende convencer instituindo a cena de enunciação que o legitima” (MAINGUENEAU, 2001, p.87 apud MOTA, 2009, p.3). Portanto, a cenografia não é algo construído independente do discurso, mas faz parte do ato de fala, construindo e legitimando o espaço enunciativo.

Ao longo de décadas, várias alterações foram feitas nas cenas de apresentação dos telejornais, como dito anteriormente. Para Fachine (2008), estas mudanças são baseadas na preocupação dos noticiários televisivos em manter harmonia entre os apresentadores, o conteúdo dos enunciados e a cena. Ela destaca que, na tentativa de alcançar o efeito de presença, os telejornais brasileiros têm buscado cada vez mais estratégias que produzem a sensação de continuidade entre o estúdio e a rua. A autora destaca que esse espaço simbólico funciona como um lugar de diálogo.

A cena de apresentação do telejornal, composta pelo cenário, pelos enquadramentos, pelos movimentos de câmeras e lentes, pela figura do apresentador, pelas movimentações do(s) apresentador(es), entre outros elementos presentes na enunciação, também pode ser considerada uma estratégia para garantir a manutenção de vínculos de confiança.

Fechine (2008) justifica que cada participante da cena comunicativa desempenha um papel ou uma representação determinada. O âncora, por exemplo, na concepção da autora, cumpre o papel de autoridade simbólica, detentor da onisciência dos fatos (do país, da cidade, do estado, conforme o alcance do telejornal). O apresentador

trabalha a partir de elementos de identificação com o público, dando ao receptor/telespectador a sensação de que está recebendo um visitante ilustre, uma personalidade ou autoridade cuja presença por si só já agrega *status* e importância ao seu espaço doméstico. (FECHINE in: VIZEU, 2008, p.114-115).

As percepções da apresentadora Érica Salazar, colhidas em entrevistas, aproximam-se da perspectiva de Fechine. Para a apresentadora, as mudanças aplicadas ainda timidamente no cenário antigo ocorreram numa tentativa de se aproximar mais do público. Segundo ela, a partir de pesquisas de audiência, a emissora percebeu que o público precisava estar mais perto do noticiário. E o espectador passou a interagir mais depois da adoção do tom da conversa em cena, conferindo à enunciação a sensação de “entrar na casa” do telespectador.

Para Dominique Wolton (1996), esse contato necessita de um contexto. A TV, segundo ele, é composta por contato e imagens.

Contato, além do mais, de um gênero particular, pois é um laço feito à distância e de um gênero em si mesmo particular e especular. Dizer que não existem imagens de televisão sem contexto de produção e recepção enfatiza também a dimensão social da televisão, que se encontra nas duas características de sua imagem: a identificação e a representação. (WOLTON, 1996, p.68)

No entanto, o autor francês discorre que essa dupla função de identificação e de representação “não é passiva e resulta de uma espécie de interação constante entre os espectadores e aquilo que a televisão mostra sobre o mundo” (WOLTON, 1996, p.68). Essa interação não pode ignorar a relação intrínseca que a televisão mantém com a vida cotidiana. Toda a produção televisiva é concebida para ser aportada em ambiente doméstico e, cada vez mais, a televisão procura fazer de suas produções uma extensão desse ambiente familiar.

É certo que a TV desperta uma atividade social, estabelece convívios e conversas, mas só é portadora de sentido se houver interpretações diante do que se vê. Fechine recorre ao teórico John Fiske para discorrer que “toda transmissão televisiva é dotada de uma grande potencialidade de sentidos cuja apreensão depende, entre outros fatores, dos variados graus de atenção” (FECHINE, 2008b, p.105).

Por isso, torna-se imprescindível o contato entre o espectador e a transmissão. Fazer com que o telespectador se identifique com o que está vendo, se insira na transmissão ou estabeleça contato com a cena comunicativa, constituiria o sentido e o efeito de presença. Fazer parte de uma transmissão despertaria no público sentimentos de que a TV é companhia, produzindo assim efeitos de proximidade – um espaço onde o público “está com”, anulando o que Fechine (2008b) chama de “oposição entre o *cá* (lugar do “eu”) e o *lá* (lugar do “tu”) no decorrer da transmissão.” (FECHINE, 2008b, p.138).

É assim que o MGTV 1ª Edição surge para os telespectadores. O estúdio busca estabelecer uma ponte, uma co-presença entre os participantes da enunciação. O ato comunicativo passa a ser compartilhado num ambiente amplo e leve, instaurando o que Fechine (2008b) denomina de “lugar” de interação, onde o encontro acontece.

Apesar de a alteração ter se concretizado em 2011, o movimento de mudança na Rede Globo começou na década de 1990. Influenciada pelas presenças de âncoras como Joelmir Beting e Boris Casoy, em emissoras concorrentes, a TV Globo viu-se diante da possibilidade de trocar os antigos locutores por jornalistas apresentadores dos noticiários. Outro investimento substancial foi fortalecer o telejornalismo regional, com a criação dos noticiários específicos para cada estado, como o SPTV, o RJTV, MGTV e assim sucessivamente.

O gerente de jornalismo da TV Integração, Marcelo Vicioli, durante entrevista concedida para esta pesquisa, avalia que a mudança que provocou a queda da bancada começou no fim dos anos 2000, com a influência dos canais fechados, a presença da internet nos lares brasileiros e a ascensão de outras categorias sociais. Com a mudança econômica e financeira adotada recentemente no Brasil, a população passou a comprar mais aparelhos eletroeletrônicos e, conseqüentemente, mais televisão. Com mais acesso à informação, o público começou a migrar para outros veículos gerando pulverização da audiência.

Uma das soluções encontradas foi estabelecer uma linguagem própria para cada noticiário. “A gente vinha de uma época que você tinha formatos prontos de telejornal e você

encaixava esse formato no telejornal sem respeitar as regiões, as características de cada região, de cada mercado” (VICIOLI, 2012). Para Vicioli, o novo formato, sem a presença tão marcante da bancada, contribui para a tão sonhada aproximação entre emissor e receptor.

Acho que o que você faz hoje, dando a liberdade para o apresentador e quebrando essa barreira que existia de ficar sentado, mais distante, você se aproxima e faz com que o telespectador se sinta falando a mesma língua do jornalista que está dentro da televisão. (VICIOLI, 2012)

Vicioli acrescenta que a queda da bancada representou também o fim da formalidade na apresentação. O objetivo, segundo o jornalista, era fazer com que a linguagem não fosse tão formal a ponto de distanciar ainda mais o noticiário do público. A determinação geral era em torno de uma única palavra: aproximação.

Quer dizer, além do espaço físico que se tinha de cenário, que era um modelo conservador, você ainda tinha a linguagem, tanto corporal quanto linguagem de expressão, que não eram adequadas para aquele formato que a população pedia naquele momento. (VICIOLI, 2012)

Além da queda da bancada, outra alteração emergencial foi mudar a postura do apresentador. A intenção, segundo o gerente de jornalismo da TV Integração era transformar o apresentador em uma figura mais comum aos olhos dos espectadores, no melhor estilo “gente como a gente”. Vicioli acrescenta que a modificação não foi apenas na apresentação e se estendeu aos repórteres que começaram a captar e produzir os fatos na rua com mais naturalidade.

Então, isso envolveu treinamento com repórter, treinamento com apresentador, treinamento com repórter cinematográfico. Quer dizer, o olhar do repórter cinematográfico não podia também mais ser aqueles *takes*: plano aberto, plano fechado, pan, plano aberto, plano fechado, pan. A gente começou a falar mais de plano sequência. Quer dizer, você tentar conduzir a cena, tratar como cena e não tratar *takes* isolados, como se faz no *hard news*, no jornalismo convencional. Você vai contar uma história, mas o cinegrafista ele considera *takes* isolados para montar essa história. Então, o que se pedia é para você começar a contar a história com *takes* mais longos, fazer o plano sequência, quer dizer, o repórter interagir mais nas reportagens. (VICIOLI, 2012)

A mudança ocorreu em quase todas as afiliadas da Globo no Brasil. Marcelo Vicioli comenta que passou por doze redações antes de chegar a Juiz de Fora, sempre tentando adotar

a informalidade na apresentação da notícia. “Em algumas delas até sem depender do cenário. Porque naquele momento a emissora não tinha dinheiro para trocar de cenário e tal, a gente arrancou a bancada na marra e fez (com o apresentador) em pé. Quer dizer, o símbolo dessa fase é a bancada” (VICIOLI, 2012). O gerente de jornalismo revela que algumas praças ainda mantêm seus telejornais no formato antigo, com a bancada. Mas “isso está sendo mudado gradativamente”. A mudança, segundo ele, vem sendo efetivada respeitando cada mercado.

5.1) O CENÁRIO COMO UMA EXTENSÃO DE CASA

A preparação da Rede Globo para a mudança que estava por vir começou em 2010. Com mais de 120 emissoras afiliadas espalhadas no Brasil e com cobertura de quase 5.500 municípios, a emissora trabalhou a “repaginação” com cuidado. Como se tratava de um formato diferente de todos até então praticados no país, muito se especulou sobre a novidade. A primeira a adotar a nova prática foi a emissora do Rio de Janeiro, em novembro de 2009, com novos apresentadores, cenários e formato mais informal. Além disso, o RJTV também foi o precursor no telejornalismo a eliminar o *teleprompter* durante a enunciação da notícia, numa tentativa de quebrar a formalização da apresentação. No entanto, a prática ainda não foi adotada em sua totalidade nas praças.

A editora e apresentadora do MGTV 1ª Edição, Érica Salazar, lembra que a jornalista Ana Paula Araújo passou a ser uma das multiplicadoras do novo formato, em função do pioneirismo na adoção do modelo na capital fluminense. Salazar participou, nos dias seis e sete de maio de 2010, em Curitiba, da Caravana de Jornalismo que reuniu 14 representantes das afiliadas das regiões Sul e Sudeste do país. Entre os profissionais, estavam o Diretor da Central Globo de Jornalismo, Carlos Henrique Schroder, e os apresentadores Maria Beltrão, Zeca Camargo, Ana Paula Araújo e Renato Machado. A intenção era proporcionar uma troca de experiência entre as afiliadas para afinar o formato que previa a coloquialidade, a informalidade e a aproximação com o público.

A estreia da Globo Minas exibindo o novo formato ocorreu em agosto de 2010¹¹. A mudança de cenário foi considerada uma das mais significativas dos últimos dez anos do “Bom Dia Minas” e das duas edições do “MGTV”¹². “Além de alterações no editorial,

¹¹ [:http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2010/08/bom-dia-minas-e-mgtv-ganham-novo-formato-na-globo-minas.html](http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2010/08/bom-dia-minas-e-mgtv-ganham-novo-formato-na-globo-minas.html) < Acesso em 07/09/2011>

¹² <http://www.resumodanoticia.com/2010/08/globo-mg-reformula-jornais-locais-e.html> < Acesso em 07/09/2011>

também houve mudança no cenário e investimentos em tecnologia” (RESUMO DA NOTÍCIA, 2010). O tema também foi abordado pelo site oficial da emissora.

O Bom Dia Minas e o MGTV ganharam novos cenários e um novo jeito de apresentar a notícia. O design dos móveis inovou, dando mais mobilidade para apresentadores e entrevistados. No lugar das tradicionais bancadas, os apresentadores têm suportes para interagir com as atrações dos telejornais. Três monitores de 58” exibem imagens do Globocop, do trânsito na capital e das transmissões e participações ao vivo, de todo o estado. A apresentação está mais ágil, dinâmica e interativa. Com tudo isso, a notícia ficou muito mais perto do telespectador. (G1 MINAS GERAIS, 2010, ACESSO em 13/11/2012)

Nove meses depois, a novidade aportou em Juiz de Fora. Érica Salazar conduziu a estreia do novo formato ao lado dos colegas apresentadores Sérgio Rodrigues e Ricardo Ribeiro. A apresentadora destaca a importância da orientação da colega Ana Paula Araújo durante o encontro em Curitiba.

Então, ali, já me deu uma segurança. Porque também o fato de eu estar em pé e sair andando loucamente de um lado para o outro não fazia muito sentido. Eu tinha que justificar. Eu estar em um local e sair para outro. E ela me deu muita segurança nesse sentido. (SALAZAR, 2012)

Salazar reforça que a TV Globo do Rio de Janeiro havia feito cerca de 20 pilotos com o novo formato antes de ser exibido pela primeira vez. “E aí eu entrei aqui em Juiz de Fora com uma linguagem que era parecida” (SALAZAR, 2012), mas em um cenário totalmente diferente do que estava apresentando nos últimos anos. “Eu me senti muito à vontade” (SALAZAR, 2012), completa. A apresentadora ratifica os propósitos da mudança: “a gente tentou fazer um cenário próximo de alguma coisa que te deixasse mais em casa, que o telespectador se sentisse como se fosse um prolongamento da casa dele” (SALAZAR, 2012).

Antes de discorrermos acerca do cenário que compõe a nova cena de apresentação do MGTV 1ª Edição, é necessário ponderar que todo programa de televisão é um sistema formado por várias linguagens que João Batista Freitas Cardoso (2009) estrutura a partir de “signos visuais, verbais e sonoros” (CARDOSO, 2009, p.17). O autor do livro **Cenário Televisivo** considera de fundamental importância antes de iniciar qualquer análise, que se estabeleçam as diferenças entre cenografia e cenário. Cardoso esclarece que há um conflito nesta área, mas de uma maneira geral, “o termo *cenografia* é reduzido ao ato de conceber, ou

produzir, um cenário [...] e cenário, o que resulta desse ‘fazer’” (CARDOSO, 2009, p.17).

Alguns cenógrafos aprofundam um pouco mais e teorizam que cenografia é o que se registra em cena (cenário, figurino, iluminação, etc.). Outros consideram que os próprios gestos do ator em um espaço cênico vazio, criam a cenografia. Portanto, muitos profissionais da área categorizam que cenografia é tudo que é experimentado visualmente no palco ou no cenário de apresentação, em nosso caso. “Nesse sentido, não se deve encarar *cenografia e cenário*, dois termos distintos, como sinônimos” (CARDOSO, 2009, p.18). Conclui-se, então, que cenografia é o tratamento do espaço cênico e o cenário é o que se coloca nesse espaço.

O termo foi criado na Grécia antiga. Cenografia era a forma de representar os locais das encenações através da pintura. Daí a origem do nome: do grego *skenographia*, “que é composto de *skené*, cena, e *graphein*, escrever, desenhar, pintar, colorir” (MANTOVANI, 1989, p. 13 apud CARDOSO, 2009, p.18). O autor teoriza a respeito do tema.

A cenografia é o conjunto de manifestações visuais que se correlacionam de forma organizada em um determinado espaço cênico (as luzes, com suas cores, movimentos, intensidades etc; o corpo dos atores, com seus gestos, expressões, movimentos etc; a indumentária, os adereços, a maquiagem etc; a topologia do espaço cênico, delimitada por cortinas, objetos, cenários, luzes, movimentos dos atores etc; os elementos de configuração do cenário, como as estruturas arquitetônicas, os mobiliários, as pinturas, as projeções etc.), que, na articulação sincrética estabelecida com os outros códigos da encenação (sonoros: nas músicas, cantos, falas dos atores, ruídos etc; e verbais: no texto oral ou na escrita), possibilita ao espetáculo transmitir uma mensagem. O *cenário*, por sua vez, é tão-somente um elemento de composição da *cenografia*, uma *representação* plástica que delimita o espaço de encenação, compondo, com os outros elementos cenográficos, o espaço cênico. Dessa forma, esse elemento, quando somado aos demais signos cenográficos, aos signos verbais e aos sonoros, participa da encenação como elemento significante. (CARDOSO, 2009, p.19)

Mesmo que essas especificações tenham sido feitas com base no cenário televisivo de uma maneira geral, as considerações se aplicam também ao telejornalismo. A questão principal é que o cenário deve comunicar uma mensagem específica. É o ponto em que buscamos nos ater nesse estudo.

O cenário vai se configurar na delimitação em que o apresentador se movimenta no tempo e espaço da enunciação. Possui uma função significativa porque vai comunicar algo específico mesmo que esteja entre as falas do texto, “ou seja, alguma coisa que todos os outros elementos da cena buscam comunicar” (CARDOSO, 2009, p.20). É interessante lembrar que essa linguagem técnica surgiu no rastro das outras existentes, do aperfeiçoamento

das mesmas e o surgimento de novos instrumentos. Essa junção gera uma série de novas linguagens e mudanças nas antecessoras. Mesmo que haja uma evolução, os formatos sempre terão sua vinculação com os tipos gerais. Ou seja, o cenário televisivo ainda que busque especificidades típicas do veículo, possui traços dos cenários utilizados pelo teatro e cinema.

Com isso, pode-se afirmar que o cenário cumpre, na televisão, as mesmas funções que já vinha cumprindo no teatro: (1) cooperar com a configuração do espaço cênico; (2) representar os espaços e tempos específicos nos quais se encontram as personagens e/ou apresentadores; (3) auxiliar na evolução do ator/apresentador em cena; (4) atuar como elemento de significação que, na articulação sincrética com os outros elementos da cena, transmite ao telespectador uma mensagem. (CARDOSO, 2009, p.25)

A televisão norte-americana sofreu forte influência do cinema. No Brasil, o apoio à produção nacional não foi tão incisivo como nos EUA, mas a tevê acabou incorporando alguns elementos do cinema. Um exemplo é a participação dos artistas dos estúdios da Atlântida e da Vera Cruz nos primeiros programas, assim como incorporação dos profissionais vindos do rádio. Cardoso (2009) esclarece que, nos primeiros anos, as técnicas e os materiais utilizados pela televisão ao construir os cenários foram adquiridos no teatro. Já o uso de ambientes naturais veio do cinema, assim como a tecnologia do processo de edição.

Como vimos anteriormente, o fortalecimento e o crescimento do telejornalismo no Brasil aconteceu em função da ascendência da Rede Globo de Televisão. Cardoso (2009) confere o aperfeiçoamento dos formatos à chegada do Padrão Globo de Qualidade, no início da década de 1980. A busca pela qualidade teria impulsionado a pesquisa de novos modelos e, conseqüentemente, de uma linguagem cenográfica específica para o veículo. Outro momento marcante para o cenário televisivo aconteceu na virada do século.

Em 29 de janeiro de 1999, foi inaugurada, em São Paulo, com a presença do presidente Fernando Henrique Cardoso, a mais moderna sede de telejornalismo do Brasil, com tecnologia totalmente digital e que, na ocasião, ocupava o espaço de 16.500 m². O telejornalismo na TV Globo, em seus diversos formatos, possibilitou à cenografia experimentar o uso de ambientes naturais (como as redações do *Jornal Nacional*, *Jornal da Globo* etc.) a espaços completamente virtuais (como nos programas *Globo Repórter* e *Fantástico*). (CARDOSO, 2009, p. 54)

Lembrando que o cenário pretende comunicar algo, o que se buscava com a inclusão da redação na cena era imprimir o imediatismo da notícia, passar para o público a sensação de que a informação vai ao ar no local onde ela é preparada para ser exibida. Cardoso (2009)

analisa que esse tipo de cenário é observado em muitas emissoras, abertas ou de canais fechados.

Se o cenário comunica algo e é elemento de significação no texto televisivo, não podemos esquecer que essa função leva em consideração todos os objetos presentes na cena de apresentação do telejornal. “Em outras palavras, o cenário deve ter consciência de que não está ali para ser a principal atração” (CARDOSO, 2009, p.68). De fato, há relações fundamentadas entre o cenário e os demais signos visuais, verbais e sonoros. No entanto, diante das características que o cenário possui, ele deve ser pensado para

valorizar gestos, movimentos e a fala do *profissional do vídeo* (ator, apresentador, jornalista, humorista, animador etc.). ainda que participe do texto como elemento comunicacional, o cenário deve, na maior parte das vezes, assumir a posição de fundo de cena (CARDOSO, 2009, p.68).

João Batista Freitas Cardoso (2009) teoriza que a imagem televisual é uma representação bidimensional e apresenta-se na forma da relação figura-fundo. Se o cenário é o fundo de cena, a figura encontra-se em frente ao fundo, confinada por uma borda. A figura, segundo o autor, é representada por uma pessoa: um apresentador, um ator, um convidado, um entrevistado ou até mesmo partes do cenário. Caberá ao cenário, “como *fundo*, valorizar a *figura*, fazer que o telespectador consiga segregar as partes da imagem e fixar a vista em único ponto” (CARDOSO, 2009, p.72). O objetivo do cenário sempre será manter o diálogo com o texto, buscando seu entendimento e representando uma ligação com o mundo.

Desde a origem da televisão no Brasil, o telejornalismo já dava sinais de que seria um dos gêneros mais importantes do veículo porque o surgimento da tevê tinha estreita ligação com o jornalismo, seja em função do seu fundador, o jornalista Assis Chateaubriand, quanto pelo Diários Associados, grupo responsável pela implantação da primeira emissora no país. Cardoso (2009) discorre que “o espaço cenográfico do telejornalismo, nesses primórdios, limitava-se ao saguão do Diários Associados [...] contudo, com a chegada dos patrocinadores, ainda que modestamente, o *fundo* foi começando a adquirir formas próprias” (CARDOSO, 2009, p.102).

Naquela época, os noticiários televisivos possuíam o mesmo formato: uma cortina no fundo com uma cartela que trazia o nome do patrocinador. Isso sem falar na mesa de onde o locutor lia as informações. Com o passar do tempo e o fortalecimento dos formatos, as

principais emissoras de televisão do país passaram a desenvolver programas direcionados a públicos distintos, com linhas editoriais específicas e cenários com características próprias.

Cardoso (2009) articula que a concepção de cenário para um telejornal é baseada na ideia de que o espaço serve para mediação. Do estúdio o apresentador se conecta com outros espaços: a rua onde estão os repórteres e os lares de onde as famílias recebem as informações. Sem falar nos demais convidados que se intercalam na cena – demais jornalistas que apresentam quadros dentro de um telejornal ou entrevistados chamados para falar de um determinado assunto. “De forma geral, uma das principais características do telejornal é o apresentador em primeiro plano falando diretamente para a câmera” (CARDOSO, 2009, p.104).

Além de ser um espaço de mediação, o cenário surge para compor o enunciado. Atualmente, vários outros elementos estão presentes na cena de apresentação: a bancada, as logomarcas, os telões, a iluminação, a roupa, o penteado do apresentador, os enquadramentos e movimentos de câmera, o mobiliário e etc. Juntos, eles se unem a

a outros elementos de composição de um texto em um telejornal (o texto verbal na oralidade do apresentador, dos repórteres ou dos entrevistados, os tons das vozes de cada um desses atores, as musicas, as vinhetas e os sons incidentais), pode-se observar que o cenário, quando estabelece relação com outros elementos da cena, acaba perdendo a neutralidade que o gênero sugere. O espaço não é apenas de mediação, mas de composição do enunciado. Os signos visuais se articulam com os verbais e sonoros de tal forma que se torna impossível saber em que ponto começa um e termina o outro. É um risco afirmar, hoje, que o significado encontra-se apenas na fala do apresentador. (CARDOSO, 2009, p. 105-106).

Essa convergência de sentidos promoverá uma interpretação por parte do receptor. Por isso, cada elemento do cenário precisa ser pensado na contribuição que vai trazer com base nas relações estabelecidas com os demais elementos. Atualmente, a naturalidade contribui na emissão de sentidos. Na nova cena de apresentação do MGTV 1ª Edição, por exemplo, é muito comum observarmos o apresentador de costas para o público e de frente para o telão (presente no cenário) onde surge o repórter que está em seu ambiente de fala, a rua. Esse cenário vivo, dinâmico, gera credibilidade e confere veracidade às informações transmitidas pelo apresentador.

Outro elemento gerador de sentidos é a cor. Luciano Guimarães (2003) revela que a cor se apresenta como informação. Segundo o autor, ela informa e ajuda a formar, educar

nosso repertório. “A consciência de que a cor pode incorporar significados às informações que são coloridas aumenta a responsabilidade do jornalista e/ou designer de notícia” (GUIMARÃES, 2003, p.32).

Apesar de gerar inúmeras informações, a percepção do sentido da cor vai depender de sua história, do conhecimento do receptor a respeito dessa história e do contexto criado pela enunciação para “sugerir” o encaminhamento da cor para o significado que ela venha a formar. O novo cenário do MGTV prioriza as cores brancas, laranja, azul e cinza. Assim como a expressão facial do apresentador de um telejornal revela comportamentos pessoais, a cor também reforça o sentido de algo.

Antes, os tons do cenário do MGTV eram mais escuros, fortes e vibrantes com a cena concebida nas cores azul, vermelho e laranja. Com a saída dos elementos vibrantes, entrou a concepção de cor mais clara, transparente, *clean*, talvez reforçando a naturalidade pretendida na apresentação dos fatos e a consequente aproximação com o espectador¹³. A hegemonia do branco dá um ar de leveza e informalidade, objetivos da direção da emissora por nós já percorridos anteriormente e que buscam a naturalidade na enunciação da notícia.

Uma característica interessante no cenário é que ele varia da primeira para a segunda edição. O telão que se encontra de frente para a boca de cena foi instalado em um sistema de persianas que se move. No telejornal da hora do almoço, as persianas são na cor laranja. À noite, elas mudam de posição e adotam a cor azul, numa referência clara aos horários do noticiário: 12h05 e 19h05. Assim, os noticiários revelam um sentido: “nós participamos de seu cotidiano”.

Ao tratar das transformações no jornalismo televisivo, Ivor Yorke (2006), ressalta que as mudanças são necessárias em todos os telejornais do mundo, “não apenas pela necessidade de demonstrar mudança e inovação, mas também para atribuir um ar novo ao produto” (YORKE, 2006, p.226). Ele ainda faz um paralelo com a realidade doméstica de cada pessoa. “No fim, não é muito diferente da casa de alguém. O sofá comprado há alguns anos já foi admirado, mas agora parece precisar de uma capa nova” (YORKE, 2006, p.226).

Harris Watts (1990) discorre sobre a importância do estúdio, destacando que nada acontece na cena a não ser que você providencie para que aconteça. Segundo o autor, tudo deve ser pensado, da cor das paredes à iluminação e até cada passo das pessoas durante o

¹³ As mudanças fazem parte da implantação da TV digital, prevista para 2013.

programa. A intenção, no entanto, é conferir naturalidade e não transformar o cenário (*set*) em algo mais chamativo do que o enunciado.

[...] o que as pessoas presentes no *set* estiverem falando e fazendo atrairá a atenção do público, mais do que o *set* em si. Mas não exagere pelo outro lado: se um *set* for muito reduzido e comum vai chamar por si só a atenção e desviá-la das pessoas ali presentes, o que naturalmente falha em seu propósito. (WATTS, 1990, p.129)

Hebert Zettl (2011) corrobora com perspectiva de que a naturalidade do cenário tem mais funcionalidade. “Visto que a câmera de televisão olha para o set tanto de perto como de longe, o cenário deve ser detalhado o suficiente para parecer realista, mas simples o suficiente para evitar imagens apinhadas” (ZETTTL, 2011, p.260). Para ele, o *set* deve permitir ângulos de câmera e movimento ideais, com uma iluminação adequada, permitindo a melhor ação por parte dos intérpretes.

No MGTV 1ª edição da TV Integração, a nova cena de apresentação é composta pela bancada móvel (com rodinhas que permitem seu deslocamento), dois banquinhos que são usados quando há entrevistados no estúdio, dois telões que fazem o *link* da apresentadora com o ambiente externo e dois quadros com fotos de cidade da região. As peças do *set* cobrem o entorno do cenário, dando forma à cena. A vantagem dessas peças, segundo Zettl, é facilidade na locomoção. “É possível movê-las facilmente, elas são independentes e criam rápida e facilmente um espaço tridimensional” (ZETTTL, 2011, p.263). Os demais elementos são denominados pelo autor como adereços de palco que incluem móveis comuns e itens construídos para uma finalidade específica, como as bancadas dos telejornais, mesas para debates ou cadeiras. Já os quadros e os telões são denominados por Zettl (2011) como elementos do *set* importantes para determinar o estilo e as características do cenário.

O *tablet* utilizado pelo apresentador na nova cena de apresentação, substituindo o antigo *script* de papel é um adereço de mão.

Na televisão, os adereços de mão devem ser realistas: utilize apenas objetos reais. [...] A televisão depende muito da ação humana. Pense nos adereços de mão como extensões dos gestos. Se quiser que as ações sejam sinceras e verdadeiras, a extensão delas também deve ser realista. (ZETTTL, 2011, p.264)

Ao definir o conceito cenográfico, define-se, também o espaço da enunciação, a maneira ideal de se comunicar com o público. No caso do nosso objeto de estudo, deixou-se

de lado a autoridade do locutor lendo histórias sobre uma bancada para dar lugar à movimentação no estúdio. A circulação do apresentador acontece dentro do próprio *set* entre uma notícia e outra ou caminhando em direção ao telão, interligando a cena à rua, onde os eventos estão acontecendo. Nesse caso, o apresentador é o anfitrião, a ponte entre o que acontece durante a exibição do noticiário e os espectadores que estão em casa. Hebert Zettl (2011) salienta que a “abordagem mais bem-sucedida é falar de forma tranqüila e intimista com a família que foi gentil o suficiente para deixá-lo entrar na casa dela” (ZETTL, 2011, p.269).

A naturalidade contribui para a clareza e eficácia da comunicação. No entanto, nem todos os profissionais alcançam espontaneidade, principalmente, em uma transmissão ao vivo, onde tudo pode acontecer em frações de segundo. “Essa presença de espírito é alcançada por meio da experiência prática e não pode ser aprendida exclusivamente em um livro didático. Exige ainda que você esteja pelo menos um pouco familiarizado com as notícias que lê no teleprompter” (ZETTL, 2011, p.271).

O novo formato também proporcionou ao espectador a possibilidade de ver o apresentador de corpo inteiro. Nesse sentido, o profissional deve parecer ainda mais convincente e natural, como um ser humano verossímil. O cuidado com as roupas deve ser criterioso.

As roupas do apresentador devem ser atraentes e elegantes, mas não espalhafatosas ou ostentosas demais. Os telespectadores esperam que o apresentador esteja bem vestido, mas não de forma exagerada. Afinal, um apresentador de televisão é um convidado na casa do telespectador, não um animador de casa noturna. (ZETTL, 2011, p.283).

O tipo de roupa vai depender do gosto pessoal do apresentador, porque ele precisa se sentir a vontade dentro dela, e também deve ser escolhida de acordo com o tipo de programa exibido. No novo formato do MGTV, os blazers com calça ou *tailleur* (vestido e blazer), foram substituídos dando lugar aos vestidos, às calças e camisas ou blusas de malha.

Eu aboli o blazer, eu adotei camisa, adotei roupas que as pessoas usam mais na rua. Então, assim, não tem muito mistério. É calça, camisa, um sapato. A gente tem que estar arrumada, tem que estar com o cabelo arrumado, mas eu relaxei. Meu cabelo cresceu. [...] Eu passei a fazer parte de um universo muito mais próximo do público [...] (SALAZAR, 2012)

Érica completa que, dessa forma, tudo torna-se mais natural. Ela assegura que sente-se mais à vontade ao dar a notícia assim como percebe que o público está mais à vontade para receber a informação diante da espontaneidade em cena.

5.2) A ENCENAÇÃO GANHA FORÇA COM A QUEDA DA BANCADA

O apresentador do telejornal assume duas funções diante das câmeras. Para Célia Ladeira Mota (2009), a função de fonte do dizer e de locutor enquanto pessoa. Enquanto profissional, é fonte de gestos, de entonação, procura dar ênfase a determinadas palavras estabelecendo, assim, uma relação com o espectador. Mota (2009) descreve que essa relação pode ser de empatia, credibilidade ou até descrença com o conteúdo que diz.

A presença ao vivo, neste sentido, é sempre performática, ao contrário de uma voz em *off*, que tende a ser mais neutra, menos incisiva, menos marcante. Estas características da presença ao vivo do repórter numa matéria, ou do apresentador no estúdio, agregam ao enunciado as modalidades de fala. Ou seja, não é o que se diz *mas* como se diz. (MOTA, 2009, p. 5)

As formas de expressar algo são decorrentes do gestual, do tom de voz, a postura, a forma de se vestir e de se movimentar no espaço. Todos esses fatores dependem de um *ethos* particular, próprio do emissor. Nem por isso, o orador está alheio ao discurso que deu origem à sua manifestação. O texto é produzido dentro de um propósito e dirigido a um público que deve ser convencido pelo que está sendo dito. “Um âncora de telejornal com boa capacidade persuasiva pode obter de imediato a adesão da audiência a um fato narrado” (MOTA, 2009, p.6).

Mas como se fundamenta a capacidade de persuasão? Célia Mota (2009) argumenta que a persuasão ocorre em função de um desempenho, uma performance que engloba características pessoais, como a forma de se expressar, que conferem credibilidade ao enunciado, que cumpre uma função discursiva. No telejornalismo, o apresentador ou o repórter são os porta-vozes das notícias, sujeitos fiadores da veracidade de seus textos. Dependendo do carisma do apresentador, por exemplo, os elementos de sua personalidade contribuem para reforçar o efeito de verdade das notícias que transmite.

Como toda comunicação é dialógica, o discurso do telejornal pressupõe uma interatividade, ou seja, um destinatário que, embora ausente da cena de enunciação, está presente na construção do texto. Por outro lado, este telespectador não é um simples destinatário passivo da recepção da notícia. Ele é um co-enunciador, um parceiro do discurso, a pessoa que vai completar a interatividade ao formular significados que não são sempre os mesmos previstos no texto original. (MOTA, 2009, p.8)

O espectador então, do conforto de sua casa, vai interpretar a mensagem, dar nova significação aos acontecimentos e, daí em diante, fazer circular opiniões e novos significados da realidade. “A notícia, enquanto texto produtor de sentido, só se completa com a leitura do telespectador, o sujeito social que é o destinatário final do texto do telejornal” (MOTA, 2009. p.8-9).

Por isso, quanto maior a naturalidade na enunciação, mais carisma do apresentador, mais o público tece vínculos com o telejornal e maior credibilidade ele confere à notícia. Alguns noticiários têm seu lugar de fala em um estúdio que pode ser comparado com a sala de estar da emissora, num ambiente mais aconchegante. Outros oferecem um espaço formal, com apresentadores atrás da bancada. O formato adotado na cena de apresentação do telejornal acontece diante do que se pretende fazer. O importante é descobrir o modelo em que o apresentador sintá-se mais à vontade para enunciar os fatos. Quanto mais à vontade, mais seguro e, conseqüentemente, mais carismático e apto a dar o efeito de real que imagens e textos, juntos, são capazes de construir. A encenação é uma técnica que pode ser adotada também no telejornalismo.

Em meio ao senso comum, a encenação é vista como fator negativo, algo assimilado ao artificial. Pelo contrário, o termo é constituído de aspectos positivos, principalmente, se observamos que a encenação está em toda a parte. Não podemos imaginar nada sem ela. Jacques Aumont (2008) compactua com o pensamento e complementa que a encenação organiza a cena, os atores, o espaço, os pontos de vista. Mesmo “presos” na bancada do noticiário televisivo, os apresentadores já ensaiavam uma encenação ao executarem pequenos gestos faciais ou quando emitiam alguma opinião como ancoras. Na nova cena de apresentação do MGTV, a encenação está presente em todo o telejornal. Ao tirar o apresentador da bancada, o profissional ganha liberdade de circulação exigindo mais desenvoltura e naturalidade ao caminhar pelo estúdio. O apresentador, a partir de agora, precisa ter outras preocupações durante a encenação.

Tive que mudar a postura, a maneira de andar, a maneira de ficar parada porque não é como eu estou na rua. Por mais próxima que eu queira chegar (do espectador) eu não estou na rua. Então, eu tenho que ter o mínimo de postura, de respeito mesmo com o telespectador. (SALAZAR, 2012)

Se para Aumont (2008) a encenação é dispor atores, objetos e seus movimentos em cena, podemos concluir que o apresentador atua quando enuncia sua fala direto do estúdio. Sendo assim, é um ator ao transmitir a notícia. É ele que consegue prender o espectador, que fascina o público com seus gestos e olhares. Nesse caminho, o jornalista busca a naturalidade na encenação. Dentro desse pressuposto, na atual cena de apresentação do telejornal, em que o apresentador circula pelo estúdio com desenvoltura, é válido até mesmo falar de costas. No caso específico do nosso objeto empírico, o apresentador fica de lado e ou de costas quando se comunica com os repórteres da rua (por intermédio do telão) ou com os convidados presentes no estúdio. Essa postura busca a naturalidade do tom dialógico e ajuda a direcionar a atenção do público para quem está com o poder de fala naquele momento.

Aumont (2009) teoriza que a encenação tem a ver com o teatro e a teatralidade – elementos encontrados hoje no novo cenário que se apresenta como um palco permitindo a interpretação dos atores que nele circulam. No entanto, não há possibilidade de imaginar a encenação sem que haja a definição de uma cena.

Desde a *skéné* da antiguidade grega, a cena foi para o teatro aquilo que o quadro foi para a pintura: o artefacto que permite criar, isolar, designar um espaço específico, que escapa às leis do espaço quotidiano, para pôr em seu lugar outras leis, talvez artísticas, mas seguramente artificiais e convencionais. (AUMONT, 2008, p.12)

A encenação existe no teatro, no cinema e na televisão. Durante o tempo da representação, todas as manifestações vão nos ofertar um simulacro do mundo, um olhar a partir do que é exibido na caixa cênica considerada por Jacques Aumont (2008) como o ponto de vista forçado. Na caixa cênica, “a ação é vista pelo espectador como se desenrolasse uma grande caixa de que um dos lados foi retirado para permitir a visão (e cuja cobertura seria indefinida)” (AUMONT, 2008, p.32). Para o autor, em todas as manifestações, a encenação acontece a partir do ponto de vista determinado por um operador. Ele sim opera com liberdade. Mas, para o espectador, torna-se uma limitação: “vemos a partir do ponto de vista que foi, em definitivo, escolhido para nós” (AUMONT, 2008, p. 32).

A encenação seria, então, a imposição de um olhar estruturado do ponto de vista técnico. Aumont (2008) revela a importância desta técnica para obtenção do efeito estético da cena que, no caso da televisão, tem forte apego ao mimetismo, se aproximando ao máximo da realidade exposta na tela. O importante, para o teórico, é que a encenação garanta que o espectador assista de maneira a não desejar outra coisa. Mesmo sob um ponto de vista ou por intermédio de um enquadramento de câmera escolhido pelo diretor, a encenação na televisão permite que o olhar do espectador se abra para o exterior.

Assim como no teatro, a televisão é textual, feita “para ouvir um texto, para o ouvir dizer e para o ouvir dito” (AUMONT, 2008, p. 25). A pantomina teatral também se faz presente na tevê. Aumont traduz a pantomina como a “capacidade expressiva (não verbal) do corpo” (AUMONT, 2008, p.26). O autor acrescenta que

A uma emoção corresponde sempre um movimento do corpo; inversamente, um movimento do corpo representa adequadamente uma única emoção. Representar, segundo o sistema da pantomina, é aprender a produzir “enunciados bem formados”, numa linguagem convencional e artificial que mobiliza o corpo. (AUMONT, 2008, p.26)

Já a dicção, segundo o autor, presente desde o princípio no teatro e incorporada pela sétima arte ao final do cinema mudo, encontra na televisão um cenário perfeito: a naturalidade. A dicção teatral era artificial, mas ao longo de sua trajetória se tornou mais solta com o naturalismo incorporado pela arte e também pelo cinema. O francês André Antoine é um dos responsáveis pela adoção da naturalidade em cena. Ele é considerado o inventor da moderna *mise en scène* na França e um dos pais do naturalismo no cinema. A dicção contribui para naturalizar o texto e o torná-lo fluido.

No nosso objeto de estudo, tomemos como exemplo desse ambiente a nova cena de apresentação. É nesse espaço constituído no estúdio que o apresentador articula sua voz, executa movimentos para expressar a mensagem que pretende transmitir. A encenação próxima da representação teatral reúne linguagens verbais e não verbais. No nosso entendimento, essas características são verificadas também no telejornalismo. A entonação em determinada matéria, a ironia, o tom da pergunta, o sorriso discreto, o levantar de sobrancelhas, a circulação pelo estúdio. Todas essas expressões estão presentes no atual cenário do MGTV.

O apresentador ganhou liberdade ao se levantar da mesa de onde os fatos eram noticiados. O espaço proporcionado pela queda da bancada, agora, é orquestrado pelo diretor que conduz a cena e o apresentador para que a mensagem chegue da maneira pretendida. A encenação da fala ganha apoio da iluminação, dos elementos dispostos na cena, a roupa, a marcação dos movimentos, a naturalidade da performance. Tudo isso conduz o conteúdo em direção ao espectador que vai manter-se atento à encenação.

Como fio condutor da enunciação, o apresentador pode executar sua fala com ajuda do texto e, também, com os gestos, inflexões e expressões faciais, como se estivesse em um palco. Aliás, é esta interação que proporciona a significação. Na atual cena de apresentação do MGTV, a movimentação do apresentador é um dos grandes diferenciais do telejornal. Assim como no teatro, o movimento no noticiário não pode ser um deslocamento puro e simples, sem sentido. Gustavo Burla (2004) estuda a proxêmica como justificativa para a caminhada em cena.

O movimento no palco leva em conta tudo o que está presente em cena e possui mesmo uma ciência própria para estudá-lo, a proxêmica, que aborda as distâncias entre os elementos que compõem uma imagem, constituída por uma coreografia cênica. Assim sendo, o movimento do ator em cena não diz respeito apenas a seu deslocamento de um ponto a outro, mas também considera sua posição em relação ao cenário, seus componentes e outros atores. (BURLA, 2004, p.132)

No MGTV 1ª Edição, a apresentadora Érica Salazar caminha pelo estúdio revelando as atrações do telejornal. O cenário precisa auxiliá-la a expressar-se de forma natural, facilitando o diálogo entre o noticiário e o público. Quando a bancada deixa de existir, como uma barreira entre o espectador e o telejornal, entendemos que o espaço que se abre facilita a comunicação entre o apresentador e quem está em casa. O apresentador, agora, aparece de corpo inteiro, caminha, gesticula, sorri, improvisa, mostra-se mais natural, revela-se humano.

Antes, o telejornal mantinha um distanciamento, era mais frio aos olhos do espectador. Hoje, a aproximação é palavra de ordem que faz com que apresentador e espectador estejam unidos por um ponto em comum, um simulacro do encontro. O apresentador é um contador de histórias, como avalia Gustavo Burla (2004), portador de um texto vivo que torna a mensagem mais saborosa. O texto pode ser incompreendido, mas quando representado e encenado isso não acontece. Se emissor e receptor precisam compreender-se, é bom que falem a mesma língua.

5.3) A CRIAÇÃO DE DISCURSOS ESTREITANDO RELAÇÕES COM O PÚBLICO: QUANDO O “EU” E O “TU” VIRAM NÓS NO TEXTO TELEVISIVO

Ao lado da encenação, o noticiário televisivo demonstra diariamente que o texto também constrói vínculos ativos com a recepção. Alfredo Vizeu e João Carlos Correia (2008) ao analisarem diversos telejornais, chegaram à conclusão de que os programas estabelecem “com seus usuários determinadas ações que classificamos como ações de captura, construídas semanticamente pelos jornalistas, que tratam de torná-las imaginariamente presentes no interior do próprio telejornal” (VIZEU & CORREIA, 2008, p.24). Um dos exemplos citados pelos pesquisadores é o uso do pronome pessoal *nós* que tenta reproduzir na audiência uma espécie de co-participante do telejornal. “Isso é muito comum quando o locutor/apresentador recorre ao: *Nós vamos ver, Vamos conferir, etc.* O telespectador é *convidado* a assistir a determinada notícia como se estivesse na sala da casa do apresentador” (VIZEU & CORREIA, 2008, p.24).

Os italianos Francesco Casetti e Federico Di Chio (1999) relatam que o texto televisivo é produzido “em um tempo e em um espaço determinados; algo que ocorre em alguma parte, em algum momento, para alguém [...] porém, que entra literalmente em nosso mundo” (CASSETI & CHIO, 1999, p.294. Tradução da autora). O texto também facilita as intenções de quem promove a comunicação e que se oferece a ser interpretado pelo destinatário. “O texto é um lugar onde se confrontam tudo o que o emissor quer dizer, o que consegue expressar concretamente e o que o destinatário compreende da mensagem” (CASSETI & CHIO, 1999, p.295. Tradução da autora).

Para os italianos, os textos facilitam esquemas que explicam os eventos cotidianos. Casetti e Chio (1999) asseguram que os textos televisivos oferecem imagem da realidade que confirmam, integram ou corrigem os mapas cognitivos que os indivíduos possuem. Essa facilitação permite, depois, que a audiência utilize o repertório nas conversas do dia-a-dia. Um texto bem conduzido pode favorecer as interações pessoais porque estabelece o laço com o contexto. Os autores complementam que o texto promove “a construção social do sentido nos textos televisivos, a relação entre o discurso televisivo e as redes dos discursos sociais, as funções sociais da televisão e, finalmente, o papel do meio televisivo na construção da

identidade social” (CASSETI & CHIO, 1999, p.299. Tradução da autora).

É importante salientar que o texto não entrega ao receptor um sentido definido, mas facilita uma proposta para que ele seja interpretado em uma negociação de sentido. Os espanhóis recorrem à hipótese de Sonia Livingstone para compreender como os textos atuam nos esquemas mentais do receptor. Para a autora, a audiência interpreta a mensagem a partir da “armazenagem” de informações que ele possui.

O sentido do texto deriva, pois, da ação sinérgica das informações que contem o próprio texto e de toda uma série de fatores como as experiências anteriores de recepção, o gênero, a disposição social a respeito das informações que contém, etc., que contribuem para sedimentar os esquemas cognitivos que o indivíduo ativa no processo de recepção. (CASSETI & CHIO, 1999, p.303. Tradução da autora)

As interpretações, portanto, são variadas e legítimas. No entanto, a produção e a recepção não podem ser estudadas de forma separada, pois o sentido da mensagem surge da relação entre as partes.

6) O MGTV 1ª EDIÇÃO EM FOCO: A MOVIMENTAÇÃO NA CENA DE APRESENTAÇÃO, A ANÁLISE TEXTUAL E A IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO

Meio-dia e quinze minutos¹⁴. A voz em *off* da apresentadora Érica Salazar, ilustrada com imagens ao vivo de Juiz de Fora, era o prenúncio de uma grande modificação em um dos maiores telejornais da Zona da Mata e Vertentes. Os moradores das 121 cidades de alcance do sinal da TV Panorama, hoje, TV Integração, assistiram à estreia do novo cenário do MGTV 1ª Edição no dia nove de maio de 2011. A novidade foi comemorada pela emissora que anunciou a mudança por intermédio de seus três apresentadores: Érica Salazar e Ricardo Ribeiro – titulares do jornal da hora do almoço, e Sérgio Rodrigues¹⁵, responsável pelo MGTV 2ª Edição que apresentaram, juntos, o jornal deste dia. Durante 35 minutos, tempo de duração do noticiário, os telespectadores puderam perceber as principais alterações implantadas na cena: os apresentadores de pé, em ambiente mais claro, supostamente mais amplo, e circulando pelo espaço que oferecia outras opções além da ancoragem a partir da bancada.

A primeira reportagem exibida pelo jornal tinha a missão de esclarecer ao público os motivos que levaram a emissora a optar pela troca, 13 anos após a última reformulação do cenário. Na voz da apresentadora, no texto que antecedeu à exibição do material, a justificativa da alteração era de que a empresa daria mais um passo em direção à digitalização do sinal e, conseqüentemente, a busca pelas imagens em alta definição. Uma dessas etapas seria o investimento no novo cenário de onde, a partir daquela data, o público acompanharia as edições diárias do MGTV versão regional.

A apresentadora que, a partir de então, assumiria o estúdio sozinha (ficando o jornalista Ricardo Ribeiro responsável pela enunciação do telejornal durante os *links* ao vivo da rua) mostrou, nos primeiros minutos do jornal, como seria o noticiário dali em diante. Uma grande circulação de pessoas, todas recebidas por ela que passou a assumir o comando da enunciação. Na estreia, ela “abriu as portas de sua casa”, ou melhor, ela permitiu a entrada

¹⁴ Na primeira fase da pesquisa, o telejornal começava às 12h15. Na segunda etapa houve reformulação do tempo do jornal e ele passou a ser exibido ao meio-dia.

¹⁵ Atualmente, os jornalistas Sérgio Rodrigues e Ricardo Ribeiro não atuam mais na TV Integração. Eles se afastaram das funções no início do segundo semestre de 2012 para atuarem na campanha eleitoral do município - Ricardo Ribeiro como apresentador da candidatura do PT e Sérgio Rodrigues como candidato a vice da candidatura do PMDB. Após resultado do primeiro turno, ambos disputaram o segundo turno e dividiram o horário eleitoral gratuito na tela da tevê (cada um representando seu partido). Sérgio Rodrigues, que fazia parte da coligação vencedora das eleições de Juiz de Fora, foi eleito o novo vice-prefeito de Juiz de Fora.

dos colegas no estúdio para revelar aos dois e, conseqüentemente, ao público do outro lado da tela, os detalhes da novidade. Logo após a escalada, Érica Salazar anunciou: “para celebrar esse momento do telejornalismo regional, eu convido nossos dois apresentadores da TV Panorama, Ricardo Ribeiro e Sérgio Rodrigues. Sejam muito bem-vindos” (MGTV 1ª Ed. 09/05/2011).

Foi embalado nesse clima que a emissora inaugurou mais uma etapa da história do telejornalismo regional. A nós nos interessa, primordialmente, descobrir os eventuais impactos que a percepção dessa mudança provocou no público receptor. Amparados no processo de identificação que a televisão gera na audiência, sobretudo, por meio dos apresentadores, pretendemos analisar se essa personificação contribuiu para a criação de uma intimidade. Além disso, com o novo cenário, os âncoras comportam-se de maneira mais solta, circulando pela cena, aparecendo de corpo inteiro, dramatizando e encenando o vai e vem de notícias. Nossa intenção é descobrir se essa movimentação produz a ilusão de intimidade entre o público e os profissionais e, conseqüentemente, uma maior aproximação com a audiência.

Para melhor compreender como esse processo ocorre no MGTV 1ª Edição e avaliar como a mudança na cena de apresentação reverberou no público e no próprio telejornal, desenvolvemos um procedimento metodológico de pesquisa percorrido em três etapas. Na primeira delas fizemos um levantamento preliminar das formas enunciativas por meio de diagnóstico quantitativo para delimitação do corpus de análise. O procedimento envolveu a decupagem e a análise de edições do telejornal tomadas como objeto empírico do estudo.

Na segunda etapa da avaliação realizamos uma análise textual em diálogo com a proposta dos italianos Francesco Caseti e Federico Di Chio (1999). Segundo eles, os programas televisivos são realizações linguísticas e comunicativas, construções elaboradas a partir de material simbólico que compõe cada gênero e que produzem “efeitos de sentido”. Por intermédio da análise textual, criamos um esquema de leitura que serviu de guia para a investigadora. No esquema adotado por nós, priorizamos o sujeito que comunica na televisão e suas interações; os textos verbais e a colocação em cena.

No terceiro e último momento da pesquisa, a proposta foi auscultar a recepção do telejornal. Para isso, foi realizado um grupo focal, formado por indivíduos que representavam a audiência do telejornal¹⁶, com o objetivo de perceber entre seus diferenciados componentes,

¹⁶ Os dados sobre a audiência foram repassados pelo departamento de Marketing da emissora à pesquisadora em 04/07/2012.

as diversas opiniões a respeito do MGTV 1ª Edição, da articulação da apresentadora titular responsável pela enunciação do noticiário, e a nova cena de apresentação do telejornal.

Neste capítulo, apresentamos os dados obtidos e as análises feitas assim como as primeiras impressões da audiência em diálogo com o referencial teórico desenvolvido ao longo deste trabalho. Antes, porém, faz-se necessário expor os caminhos adotados na metodologia da pesquisa.

Para realização da análise das 11 edições do telejornal, foi criada uma ficha própria, a partir das questões e dos objetivos pretendidos pela pesquisa. A ficha que serve de guia para a primeira etapa desta avaliação contém os seguintes dados: durações bruta, líquida e média das edições; tempo médio de intervalo comercial (*break*); número e duração média de blocos por edição gravada; quantificação, identificação (em relação ao formato) e classificação dos materiais exibidos – se *hard news* (notícias pesadas) ou *lights* (informação mais leves beirando o entretenimento), se factuais (notícias quentes acontecidas no período de veiculação do jornal) ou frios (materiais que podem ser exibidos em outro dia sem que a informação fique “velha”. Geralmente, são pautas produzidas). Também elencamos os quadros que fazem parte do noticiário, os dias de veiculação e a frequência com que aparecem no telejornal analisado. Outro fator observado foi o tempo gasto na enunciação de cada sujeito envolvido na cena de apresentação do telejornal. Qual o tempo destinado pelo programa ao apresentador na enunciação dos materiais exibidos? E a parcela utilizada pelos jornalistas e convidados ao ocuparem o estúdio para noticiar seus quadros? E as aparições do repórter na rua? A intenção com essa divisão de tempo para cada núcleo narrativo foi perceber o peso da enunciação no MGTV 1ª Edição e descobrir se há dinamismo na condução da apresentação e circulação dos sujeitos envolvidos na nova cena.

O segundo procedimento seguiu as instruções de leitura propostas pelos autores italianos Caseti e Chio (1999) visando analisar a estrutura do objeto investigado em termos qualitativos. Para isso, dividimos o programa em segmentos que se revelam como um mapa dos sujeitos e todos os elementos presentes no programa televisivo. Tomamos em consideração os Sujeitos e suas Interações, observando a densidade dessa comunicação, quem comunica de fato e o peso que esse indivíduo assume na cena veiculada; o estilo comportamental baseado na roupa, expressões e gestos assumidos na cena, seu deslocamento pelo espaço e como eles se apresentam – de maneira formal ou informal, autoritário ou

confidencial, variado ou repetitivo. Em todos esses segmentos, tentaremos apontar as funções assumidas pelos enunciadores no decorrer do programa e os papéis incorporados na narrativa, análise que será feita em diálogo com a proposta desenvolvida pela pesquisadora Iluska Coutinho (2012), com base na dramaturgia do telejornalismo.

No nível Textos Verbais, a intenção foi descobrir se a nova cena de apresentação buscou um tom dialógico e menos cerimonial com a queda da bancada. Partindo por esse ponto de vista, observamos o estilo de linguagem utilizada e se ela adota uma forma de comunicação mais coloquial tendo em vista uma maior aproximação com a audiência.

A Colocação em Cena também mereceu nossa atenção. Tomaremos como ponto fundamental a estrutura espacial da transmissão com observância da movimentação do sujeito no ambiente contextual da veiculação das notícias. Para tanto, faremos uma análise quantitativa e qualitativa da utilização do espaço cênico. Após a leitura crítica dos onze programas, descobrimos que o novo cenário abre inúmeras possibilidades de enunciação, baseadas nas marcações de cena. Em função da queda da bancada, os protagonistas da cena circulam livremente pelo estúdio e são conduzidos por marcações de palco, assim como no universo teatral. Qual o peso da marcação que inclui a bancada nesse universo? Qual o tempo destinado pelo telejornal para que as matérias sejam exibidas a partir da bancada? Longe da bancada, o telejornal mostra-se mais próximo de sua audiência? A queda da bancada derruba a distância entre o noticiário e o telespectador? Com base nessas informações, teremos ou não a confirmação de nossa hipótese, baseada na queda da bancada.

Após o levantamento preliminar por meio do diagnóstico quantitativo e a decisão de avaliar qualitativamente as edições do MGTV 1ª Edição, resolvemos registrar os olhares do público diante da nova cena de apresentação do telejornal e como eles perceberam a queda da bancada. Optamos pela realização de um grupo focal, por entendermos que esse tipo de metodologia funciona “como ferramenta de pesquisa qualitativa, ajuda a identificar tendências, o foco, desvenda problema, busca a agenda oculta do problema” (COSTA, 2005, p.180). A autora Maria Eugênia Belczak Costa (2005) avalia que o grupo focal favorece o aprofundamento da reflexão sobre o que é essencial acerca dos fatos. Para ela, “o Grupo Focal é altamente recomendável quando se quer ouvir as pessoas, explorar temas de interesse em que a troca de impressões enriquece o produto esperado, quando se quer aprofundar o conhecimento de um tema” (COSTA, 2005, p.183).

Assim como a autora, acreditamos que o grupo focal “permite identificar a satisfação e a percepção que produtos culturais, como programas de TV, revistas, seriados, textos populares, provocam no receptor desses conteúdos” (COSTA, 2005, p.182). Bernadete Angelina Gatti (2005) corrobora com essa percepção ao descrever que o grupo focal é uma técnica muito rica que permite o levantamento de dados, expressões e comentários emitidos por um determinado segmento. A autora destaca que as trocas realizadas no grupo permitem captar conceitos, sentimentos, atitudes, experiências e até reações dos membros em uma perspectiva mais apurada que em outros métodos. Segundo ela, “o grupo focal permite fazer emergir uma multiplicidade de pontos de vista e processos emocionais, pelo próprio contexto de interação criado, permitindo a captação de significados que, com outros meios, poderiam ser difíceis de se manifestar”. (GATTI, 2005, p. 9).

Para criar essa interação entre os membros, é preciso atentar-se para algumas questões. Costa (2005) orienta que a reunião deve ter duração aproximada de uma hora e envolva de oito a 12 participantes. Para Gatti (2005), o grupo deve ter de seis a 12 pessoas e não deve durar mais que três horas. Uma ressalva é que os membros sejam selecionados a partir da presunção de que tenham diferentes opiniões a respeito do que será abordado e também não devem ter conhecimento prévio sobre a existência do outro. Para Gatti (2005), isso pode inibir manifestações ou eliminar opiniões espontâneas entre as pessoas que se conhecem. Outra recomendação da autora é que os integrantes não devem ter conhecimento sobre o objeto da pesquisa, até a realização do grupo. Eles devem ser informados de maneira vaga sobre o tema para evitar que cheguem com ideias já formadas ou preparados para respostas prontas.

O local do encontro é outra preocupação de Gatti (2005). Ele “deve favorecer a interação entre os participantes. Pode-se trabalhar em cadeiras avulsas, em círculo, ou em volta de uma mesa. Os participantes devem se encontrar face a face para que sua interlocução seja direta” (GATTI, 2005, p.24). Para melhorar a interação entre eles, é recomendável o uso do crachá com o nome de cada um. Todo o conteúdo do grupo focal deve ser registrado, sendo a gravação em áudio o meio mais usado já que as gravações em vídeo costumam inibir a participação dos membros.

Outro item a ser levado em conta é a figura do moderador. Costa (2005) salienta que o momento de abertura do grupo é crucial à participação dos componentes. O moderador, neste caso, deve contribuir para a construção de um ambiente favorável, estimulando os integrantes

à interação e deixando-os à vontade. É indicado que ele faça uma breve apresentação de si próprio podendo solicitar aos demais integrantes que faça o mesmo. O clima deve ser descontraído e informal. Gatti (2005) ressalva que o moderador deve informar sobre o objetivo do encontro, como será o decorrer dos trabalhos e até mesmo a duração do processo. É muito importante que o moderador obtenha a anuência dos participantes e garanta o sigilo dos nomes. Essas informações precisam ser dadas e enfatizadas.

Além disso, o problema precisa estar claro para todos. No entanto, a autora faz um alerta imprescindível quanto a não interferência do moderador no conteúdo.

Na condução do grupo focal, é importante o respeito ao princípio da não diretividade, e o facilitador ou moderador da discussão deve cuidar para que o grupo desenvolva a comunicação sem ingerências indevidas da parte dele, como intervenções afirmativas ou negativas, emissão de opiniões particulares, conclusões ou outras formas de intervenção direta. (GATTI, 2005, p.8)

Costa (2005) destaca a importância do moderador para o grupo, que o percebe como autoridade. Por isso, deve ficar atento às opiniões emitidas somente para agradá-lo, podendo até mesmo alterar os resultados e comprometer a pesquisa. É fundamental que haja um controle do tempo. O moderador também deve ter sensibilidade para aproveitar as deixas dos integrantes do grupo para mudar de assunto. Ao fim dos trabalhos, o material deve ser transcrito e analisado. Gatti (2005) ressalta que as anotações feitas no decorrer do encontro também devem ser levadas em consideração. “Sua memória do contexto de certas falas, do clima da discussão em variados momentos, contém ricas informações” (GATTI, 2005, p.44).

Feitas essas considerações, passemos às análises realizadas.

6.1) DIAGNÓSTICO QUANTITATIVO DO MGTV 1ª EDIÇÃO

Para elaborar esse diagnóstico foram analisados 11 programas do MGTV 1ª Edição, selecionados de modo a acompanhar a implantação do cenário e a evolução performática dos profissionais desde a estreia até o primeiro ano da adoção da nova cena de apresentação. Foram analisadas a edição de estreia, no ar em 09/05/2011, segunda-feira, outras quatro edições sequenciais 49 dias após o lançamento, 27/06/2011 (segunda-feira), 28/06/2011 (terça-feira), 29/06/2011 (quarta-feira), 30/06/2011 (quinta-feira), e outra semana composta um ano

depois da reformulação do cenário que inclui os dias 27/03/2012 (terça-feira), 04/04/2012 (quarta-feira), 12/04/2012 (quinta-feira), 27/04/2012 (sexta-feira), 07/05/2012 (segunda-feira) e 26/05/2012 (sábado). Para facilitar a leitura destes dados, englobamos os cinco primeiros programas no que consideramos a primeira fase da pesquisa e os seis últimos na segunda etapa de observação.

PRIMEIRA ETAPA DA PESQUISA	
09/05/2011	Segunda-feira
27/06/2011	Terça-feira
28/06/2011	Quarta-feira
29/06/2011	Quinta-feira
30/06/2011	Sexta-feira
SEGUNDA ETAPA DA PESQUISA	
27/03/2012	Terça-feira
04/04/2012	Quarta-feira
12/04/2012	Quinta-feira
27/04/2012	Sexta-feira
07/05/2012	Segunda-feira
26/05/2012	Sábado

Tabela 1 – Quadro com os programas avaliados

Em nove edições, a apresentadora foi Érica Salazar (segunda-feira, 27 de junho de 2011; terça-feira, 28 de junho de 2011; quarta-feira, 29 de junho de 2011; quinta-feira, 30 de junho de 2011; terça-feira, 27 de março de 2012; quarta-feira, quatro de abril de 2012; quinta-feira, 12 de abril de 2012; sexta-feira, 27 de abril de 2012 e segunda-feira, sete de maio de 2012). A edição de sábado, 26 de maio de 2012, foi apresentada por Sérgio Rodrigues, em função da escala de plantão adotada pela emissora, na qual os jornalistas se revezam na apresentação dos telejornais. A edição de estreia rompeu com a tradição e trouxe os três apresentadores da TV para anunciar a novidade. Em nove de maio de 2011, o programa foi feito pelo trio composto por Érica Salazar – que liderou a apresentação, e os colegas Sérgio Rodrigues e Ricardo Ribeiro.

A duração bruta média da edição diária do MGTV foi de 43 minutos e 28 segundos, enquanto a duração líquida alcançou uma média de 37 minutos e 33 segundos. Vale ressaltar que, no período analisado, que compreende o primeiro programa e os demais observados 49 dias após a estreia (primeira fase da pesquisa), possuem uma média bruta de 37 minutos e 40 segundos e uma média líquida de 32 minutos e 24 segundos. Nesta época, os programas possuíam uma duração menor. A partir de janeiro de 2012, por recomendação da Central Globo de Jornalismo, todas as emissoras afiliadas do país deveriam adotar, obrigatoriamente, a média líquida de 45 minutos. A TV Integração antecipou-se à medida e passou a produzir o MGTV 1ª edição com essa duração média no terceiro trimestre de 2011 (SALAZAR, 2012). Em função disso, as seis edições analisadas no ano de 2012 (segunda etapa da pesquisa), já com a adoção dos cerca de 15 minutos brutos a mais, têm duração bruta média de 47 minutos e 23 segundos e líquida média de 40 minutos e 34 segundos.

No sábado, 26 de maio de 2012, foi ao ar a menor edição entre as avaliadas neste trabalho, tendo em vista o tempo bruto e líquido, 29 minutos e 27 segundos e 22 minutos e 32 segundos, respectivamente. O motivo para a redução deste tempo veio da própria grade de programação da TV Globo que exibiu nesta data, antes da edição do MGTV, a partida amistosa de futebol entre as seleções do Brasil e da Dinamarca. O jogo teve início às 10h30 e atrasou a entrada do telejornal em meia-hora. Embora o programa tenha sido o menor, ele manteve a estrutura da maioria das edições, com quatro blocos. Já a maior edição registrada aconteceu em 12 de abril (quinta-feira) que alcançou o tempo bruto de 52 minutos e cinco segundos e a duração líquida de 47 minutos e 24 segundos.

Os intervalos comerciais (*breaks*) somados corresponderam, em média, a cinco minutos e 31 segundos. Na primeira etapa da pesquisa, o menor *break* foi o do dia 28 de junho (terça-feira), com três minutos e trinta e seis segundos. O maior foi registrado em 30 de junho (quinta-feira), com sete minutos e quarenta e três segundos. Já na segunda fase analisada, o maior intervalo comercial foi de oito minutos e 21 segundos, no dia 27 de abril (sexta-feira), e o menor registrado foi de cinco minutos e 44 segundos, em sete de maio (segunda-feira).

As edições foram estruturadas, em sua maioria, com quatro blocos, as exceções ficaram por conta dos programas dos dias nove de maio (segunda-feira de estreia), 28 de junho (terça-feira) e 29 de junho (quarta-feira), que contaram com três blocos cada. Na

primeira etapa da pesquisa, o menor bloco registrado foi no dia 27 de junho (segunda-feira) com cinco minutos e 37 segundos. O maior foi no dia seguinte, 28 de junho (terça-feira), que apresentou a marca de 13 minutos e 20 segundos. Na segunda fase analisada, o menor foi em 27 de abril (sexta-feira), com três minutos e nove segundos e o maior foi na mesma edição que obteve a marca de 17 minutos e vinte e um segundos. Uma justificativa para esses registros em uma única edição foi a observação de uma falha técnica no noticiário do dia 27 de abril. Logo após a entrada ao vivo no início do segundo bloco, a apresentadora Érica Salazar leu a cabeça do quadro “Você no MGTV”. No entanto, a sequência anunciada por ela não entrou, mas sim, imagens do *link* anterior. Tentando consertar, ela chamou imagens ao vivo de Juiz de Fora que novamente não apareceram, mas sim, foi inserida tela preta. Por isso, entrou o *break* para evitar mais erros técnicos no ar.

A média de duração do primeiro bloco é de nove minutos e 24 segundos, do segundo bloco é de nove minutos e 29 segundos, do terceiro, dez minutos e 32 segundos e, finalmente, do quarto bloco duração média de nove minutos e 24 segundos. Não foi verificada nenhuma regra sobre qual bloco deve ser o maior ou o menor entre as exibições do MGTV 1ª Edição. Os tamanhos são bastante variáveis, conforme pode ser observado na tabela abaixo.

Programas	1º bloco	2º bloco	3º bloco	4º bloco
FASE 1				
09/05/2011	8'45"	11'57"	9'59"	
27/06/2011	9'17"	8'33"	8'31"	5'37
28/06/2011	10'12	11'40"	13'20"	
29/06/2011	12'27"	11'58"	11'37"	
30/06/2011	9'25"	7'12"	9'56"	4'37"
FASE 2				
27/03/2012	12'01"	12'07"	6'23"	15'24"
04/04/2012	9'05"	13'20"	10'14"	12'10"
12/04/2012	11'22"	12'48"	12'57"	10'17"
27/04/2012	7'40"	3'09"	17'21"	13'37"
07/05/2012	14'42"	7'10"	11'18"	11'24"
26/05/2012	3'30"	6'29"	5'24"	7'09"
MÉDIA	9'24"	9'29"	10'32"	9'24"

Tabela 2 – Tempo de duração de cada bloco das edições avaliadas do MGTV 1ª Ed.

O MGTV 1ª Edição também conta com vários quadros que são exibidos ao longo da semana no telejornal. Todos eles são antecedidos por uma vinheta, distinguindo esses

materiais dos demais veiculados no noticiário. São eles: “MG Esporte”, todas as segundas e quintas, respeitando os interesses da audiência e a factualidade da informação após as rodadas dos campeonatos estadual e nacional de futebol (que acontecem nos fins de semana e nas quartas-feiras); “Profissão S.A.” às terças-feiras, “MG Tec” que é exibido na quarta, juntamente com as atrações “Veículos” e “Integração Sustentável” (que se alternam em esquema de revezamento); “MG Educação” que vai ao ar toda quinta; “Diversão e Arte”, atração das sextas-feiras ao lado do quadro “De bem com a vida” (exibido a cada 15 dias); “Tá na moda”, com veiculação aos sábados. A TV Integração também produz outras atrações como o “MG Móvel”, “Você no MG” e “MG Responde” que não possuem data fixa para ir ao ar com a ressalva de que este último não deve entrar mais de uma vez durante a semana. Os quadros “MG Esporte”, “Profissão S.A.” e “MG Tec” são apresentados por jornalistas da emissora que dividem o estúdio com a apresentadora Érica Salazar nos dias em que são veiculados. O “MG Responde” conta com a presença de um profissional especializado convidado para falar sobre um determinado assunto e os demais são inseridos durante o telejornal apenas com a vinheta que antecede o material.

Dias da semana	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
Quadros*	MG Esporte	Profissão S.A.	MG Tec, Veículos e Integração Sustentável (revezamento)	MG Esporte e MG Educação	Diversão e Arte e De bem com a vida (a cada 15 dias)	Tá na moda

Tabela 3 – Quadros atuais exibidos durante a semana pelo MGTV 1ª Edição.

* Quadros que não são fixos: MG Móvel (sem dia estabelecido), Você no MG (sem dia estabelecido) e MG Responde (sem dia estabelecido com entrada apenas uma vez por semana)

Com relação aos materiais veiculados, a edição de segunda-feira (9 de maio) levou ao ar 20 materiais, sendo 19 factuais e um frio (VT sobre as cartas que o Imperador D. Pedro I escrevia para a amante Domitila de Castro, a Marquesa de Santos). Deste total, sete produções foram consideradas por nós como *hard news* e outras 13 *lights*. O telejornal exibiu nesta data quatro VT's, duas notas secas, sete notas cobertas, uma nota pé, duas locução ao vivo (RODAPÉ: A nomenclatura desse tipo de material varia de acordo com o veículo. Aqui,

quando nos referimos a locução ao vivo, queremos dizer que o apresentador está lendo uma matéria ao vivo, do estúdio, mas sua fala está sendo ilustrada (coberta) com imagens, sejam elas ao vivo ou gravadas) e ainda contou com uma participação ao vivo da rua e três entradas dos apresentadores com convidados e/ou repórteres no estúdio.

Edição/Notícia	Total	Factual	Frio	<i>Hard news</i>	<i>Light</i>
2ª, 09/05/2011	20	19	1	7	13

Tabela 4 – Notícias – MGTV 1ª Edição de 09/05/2011

Edição/Notícia	Total	VT	Vivo	Estúdio/ convidado	Nota Seca	Loc V	Nota coberta	Nota pé
2ª, 09/05/2011	20	4	1	3	2	2	7	1

Tabela 5 – Formatos – MGTV 1ª Edição de 09/05/2011

Já edição do dia 27 de junho, exibida em uma segunda-feira, contou com 21 materiais produzidos, sendo 18 factuais e três frios (informação adicional sobre um ex-jogador de futebol no quadro “MG Esporte”; um vivo sobre Teleaula e um VT sobre o Coral da OAB, a Ordem dos Advogados do Brasil). Destes, dez foram categorizados como *hard news* e 11 como materiais de cunho *light*. Nesta edição, dos 21 materiais veiculados, cinco foram VTs, três notas secas, seis notas cobertas, uma nota pé, duas locuções ao vivo, além das três entradas de repórteres ao vivo e da participação no estúdio do repórter Rodrigo Dias, responsável, na época, pelo quadro “MG Esporte”.

Edição/Notícia	Total	Factual	Frio	<i>Hard news</i>	<i>Light</i>
2ª, 27/06/2011	21	18	3	10	11

Tabela 6 – Notícias – MGTV 1ª Edição de 27/06/2011

Edição/Notícia	Total	VT	Vivo	Estúdio/ convidado	Nota Seca	Loc V	Nota coberta	Nota pé
2ª, 27/06/2011	21	5	3	1	3	2	6	1

Tabela 7 – Formatos – MGTV 1ª Edição de 27/06/2011

O MGTV 1ª Edição de terça-feira (28 de junho) exibiu 25 materiais, sendo 21 factuais e quatro frios (VT vagas disponíveis nos supermercados; uma nota de arquivo sobre materiais apreendidos sem selo de inspeção; uma entrevista ao vivo sobre as consequências a quem é flagrado produzindo, transportando ou vendendo alimentos clandestinos e VT sobre uma escola de Juiz de Fora que está ensinando os alunos por intermédio da música). Destes, 22 foram *hard news* e três *lights*. Dos materiais veiculados, houve o registro de sete VTs, quatro participações ao vivo, um repórter conduzindo um quadro do estúdio, quatro notas secas, duas locuções ao vivo, quatro notas cobertas e três notas pé. Uma observação é que, nesta época, o MGTV ainda possuía o quadro “Panorama Rural” que, em nove de julho de 2001, virou um programa regional na grade da emissora.

Edição/Notícia	Total	Factual	Frio	<i>Hard news</i>	<i>Light</i>
3ª, 28/06/2011	25	21	4	22	3

Tabela 8 – Notícias – MGTV 1ª Edição de 28/06/2011

Edição/Notícia	Total	VT	Vivo	Estúdio/ convidado	Nota Seca	Loc V	Nota coberta	Nota pé
3ª, 28/06/2011	25	7	4	1	4	2	4	3

Tabela 9 – Formatos – MGTV 1ª Edição de 28/06/2011

Na quarta-feira (29 de junho), o telejornal apresentou 24 produções, sendo 21 factuais e três frias (VT sobre crianças que fazem xixi na cama; um vivo com um especialista que orienta os pais a controlarem os filhos que sofrem desse problema e um VT que mostra a produção de livros em versão digital). Dezoito desses materiais foram considerados *hard news* e seis *lights*. Ao todo, foram quatro VTs, cinco vivos, um jornalista no estúdio (Camila Saenz)

para apresentar o “MG Tec”, uma nota seca, uma locução ao vivo, seis notas cobertas e cinco notas pé.

Edição/Notícia	Total	Factual	Frio	<i>Hard news</i>	<i>Light</i>
4ª, 29/06/2011	24	21	3	18	6

Tabela 10 – Notícias – MGTV 1ª Edição de 29/06/2011

Edição/Notícia	Total	VT	Vivo	Estúdio/ convidado	Nota Seca	Loc V	Nota coberta	Nota pé
4ª, 29/06/2011	24	4	5	1	1	2	6	5

Tabela 11 – Formatos – MGTV 1ª Edição de 29/06/2011

A edição de quinta-feira (30 de junho) trouxe 25 materiais, todos factuais, sendo 11 *hard news* e 14 *lights*. Deste total, seis foram VTs, cinco entradas ao vivo, uma participação no estúdio (MG Esporte), duas notas secas, duas locuções ao vivo, seis notas cobertas e três notas pé.

Edição/Notícia	Total	Factual	Frio	<i>Hard news</i>	<i>Light</i>
5ª, 30/06/2011	25	25	-	11	14

Tabela 12 – Notícias – MGTV 1ª Edição de 30/06/2011

Edição/Notícia	Total	VT	Vivo	Estúdio/ convidado	Nota Seca	Loc V	Nota coberta	Nota pé
5ª, 30/06/2011	25	6	5	1	2	2	6	3

Tabela 13 – Formatos – MGTV 1ª Edição de 30/06/2011

No primeiro programa analisado da segunda fase da pesquisa, observamos um aumento evidente do número de materiais veiculados, em virtude do acréscimo no tempo total do jornal. Na terça-feira (27 de março de 2012), foram exibidos 36 materiais, sendo 32 factuais e quatro frios (VT sobre um bairro de Muriaé, nota pé sobre o mesmo assunto, VT

ovos de chocolate e aplicativos de celulares). No total, foram sete VTs, quatro entradas ao vivo, uma participação no estúdio com a repórter Cecília Delgado no quadro “Profissão S.A.”, três notas secas, seis locuções ao vivo, sete notas cobertas e oito notas pé.

Edição/Notícia	Total	Factual	Frio	<i>Hard news</i>	<i>Light</i>
3ª, 27/03/2012	36	32	4	29	7

Tabela 14 – Notícias – MGTV 1ª Edição de 27/03/2012

Edição/Notícia	Total	VT	Vivo	Estúdio/ convidado	Nota Seca	Loc V	Nota coberta	Nota pé
3ª, 27/03/2012	36	7	4	1	3	6	7	8

Tabela 15 – Formatos – MGTV 1ª Edição de 27/03/2012

Na quarta-feira (04 de abril), foram exibidos 31 materiais no MGTV 1ª Edição, sendo 24 factuais e sete frios (VT com orientações até quando guardar uma conta paga, VT livros nos *tablets*, nota coberta com os títulos de livros disponíveis gratuitamente, VT com o presidente da Academia Saojoanense de Letras, entrevista ao vivo sobre os cuidados com a leitura nos aparelhos digitais que podem ocasionar problemas de vista, nota seca sobre o xadrez auxiliando no aprendizado, VT identidade mineira). No total, foram sete VTs, duas entradas ao vivo, a participação no estúdio da repórter Camila Saenz, do quadro “MG Tec”, seis notas secas, cinco locuções ao vivo, seis notas cobertas e quatro notas pé.

Edição/Notícia	Total	Factual	Frio	<i>Hard news</i>	<i>Light</i>
4ª, 04/04/2012	31	24	7	21	10

Tabela 16 – Notícias – MGTV 1ª Edição de 04/04/2012

Edição/Notícia	Total	VT	Vivo	Estúdio/ convidado	Nota Seca	Loc V	Nota coberta	Nota pé
4ª, 04/04/2012	31	7	2	1	6	5	6	4

Tabela 17 – Formatos – MGTV 1ª Edição de 04/04/2012

A quinta-feira (12 de abril) trouxe a público 31 materiais, sendo 25 factuais e seis frios (três participações no “MG Responde” com informações frias, nota seca com chamada para o quadro “De bem com a vida”, no ar toda sexta-feira, vivo com orientações sobre denúncia contra os idosos – sem trazer fatos recentes e vivo sobre as vantagens da natação). Foram 15 *hard news* e 16 *lights*. Ao todo, o noticiário deste dia exibiu cinco VTs, produziu três entradas ao vivo, houve quatro participações no estúdio – uma com Inácio Novaes no “MG Esporte” e outras três – separadas em cada bloco, com o superintendente do Procon de Juiz de Fora, Carlos Alberto Gasparete, convidado que eliminou dúvidas dos telespectadores sobre consumo no quadro “MG Responde”.

Edição/Notícia	Total	Factual	Frio	<i>Hard news</i>	<i>Light</i>
5ª, 12/04/2012	31	25	6	15	16

Tabela 18 – Notícias – MGTV 1ª Edição de 12/04/2012

Edição/Notícia	Total	VT	Vivo	Estúdio/ convidado	Nota Seca	Loc V	Nota coberta	Nota pé
5ª, 12/04/2012	31	5	3	4	3	5	7	4

Tabela 19 – Formatos – MGTV 1ª Edição de 12/04/2012

Na sexta (27 de abril), o MGTV exibiu 21 materiais, sendo 20 factuais e um frio (VT banda formada apenas por idosos). Deste total, sete foram *hard news* e 14 *lights*. Entre os formatos produzido estavam cinco VTs, cinco entradas ao vivo, uma participação no estúdio (chamada para o “MG Rural” com a presença do apresentador do programa, Márcio Santos), quatro locuções ao vivo, quatro notas cobertas e duas notas pé.

Edição/Notícia	Total	Factual	Frio	<i>Hard news</i>	<i>Light</i>
6ª, 27/04/2012	21	20	1	7	14

Tabela 20 – Notícias – MGTV 1ª Edição de 27/04/2012

Edição/Notícia	Total	VT	Vivo	Estúdio/ convidado	Nota Seca	Loc V	Nota coberta	Nota pé
6ª, 27/04/2012	21	5	5	1	-	4	4	2

Tabela 21 – Formatos – MGTV 1ª Edição de 27/04/2012

O noticiário de segunda-feira (sete de maio) levou a público um total de 35 materiais, sendo 31 factuais e quatro frios (participações no estúdio dentro do quadro “MG Responde” com Marcos David, especialista na área financeira, um VT sobre como o funcionário deve se vestir no trabalho). Ao todo, foram oito VTs, duas entradas ao vivo, quatro participações no estúdio (sendo uma delas com o repórter Inácio Novaes e o “MG Esporte”, e as outras três no quadro “MG Responde” separadas por bloco), quatro notas secas, quatro locuções ao vivo, nove notas cobertas e quatro notas pé.

Edição/Notícia	Total	Factual	Frio	<i>Hard news</i>	<i>Light</i>
2ª, 07/05/2012	35	31	4	17	18

Tabela 22 – Notícias – MGTV 1ª Edição de 07/05/2012

Edição/Notícia	Total	VT	Vivo	Estúdio/ convidado	Nota Seca	Loc V	Nota coberta	Nota pé
2ª, 07/05/2012	35	8	2	4	4	4	9	4

Tabela 23 – Formatos – MGTV 1ª Edição de 07/05/2012

Já o último noticiário analisado que foi ao ar no sábado (26 de maio) trouxe 16 materiais, todos factuais, sendo dois deles *hard news* e 14 considerados *lights*. Foram cinco VTs produzidos, três entradas ao vivo, um convidado no estúdio (o jogador Túlio Maravilha), uma nota seca, quatro notas cobertas e duas notas pé.

Edição/Notícia	Total	Factual	Frio	<i>Hard news</i>	<i>Light</i>
Sábado, 26/05/2012	16	16	-	2	14

Tabela 24 – Notícias – MGTV 1ª Edição de 26/05/2012

Edição/Notícia	Total	VT	Vivo	Estúdio/ convidado	Nota Seca	Loc V	Nota coberta	Nota pé
Sábado,26/05/2012	16	5	3	1	1	-	4	2

Tabela 25 – Formatos – MGTV 1ª Edição de 26/05/2012

Após quantificar esses dados com ajuda da decupagem dos materiais que englobaram 11 edições analisadas, totalizou-se 285 materiais exibidos no MGTV 1ª Edição no período que compreende o estudo deste objeto empírico. Desses, 252 foram factuais, o equivalente a 88,4%, e outros 33 foram materiais considerados frios, o que corresponde a 11,6%. No total, foram 63 VTs que significam 22,1% do material avaliado, 37 entradas ao vivo, equivalente a 13%, 19 participações de convidados ou repórteres no estúdio, representando 6,7%, 29 notas secas ou 10,2% do montante, 34 locuções ao vivo, 12% das exibições, 66 notas cobertas que somam 23% da análise e 37 notas pé, que equivale a 13% da produção exibida.

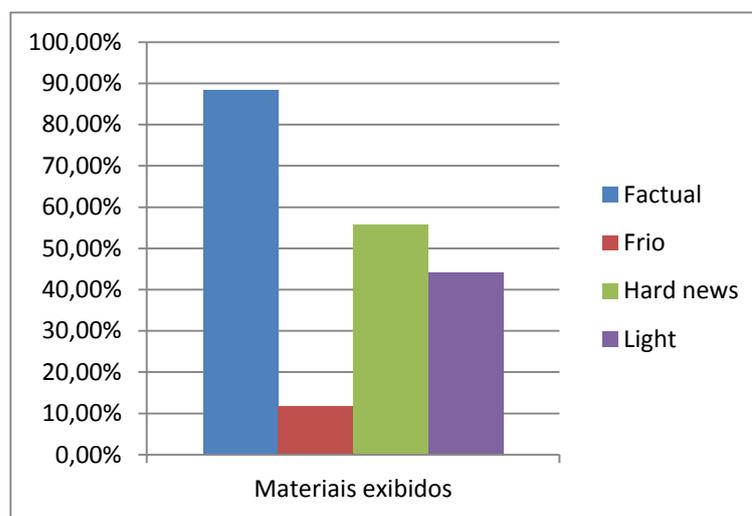


Gráfico 1 – Notícias exibidas no MGTV 1ª Edição.

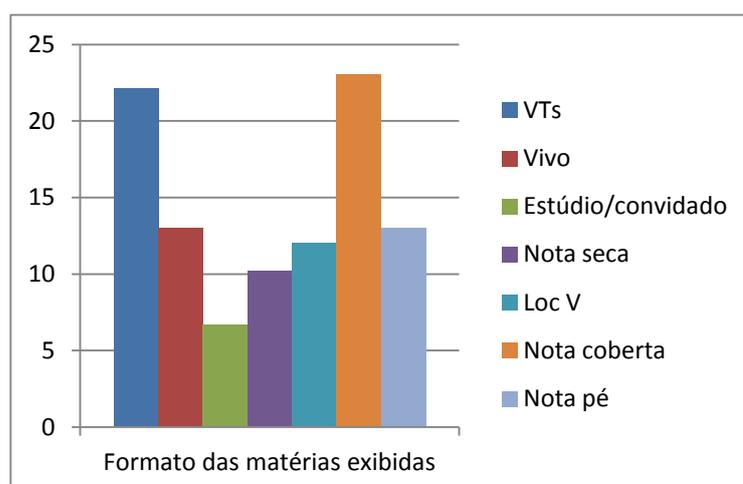


Gráfico 2 - Formatos dos materiais exibidos no MGTV 1ª Edição.

É válido salientar que, ao quantificamos as entradas ao vivo e as presenças dos jornalistas ou convidados no estúdio para falarem em um dos quadros do programa, nos referíamos ao número de participações e não ao tempo ocupado por eles no noticiário. Para termos uma noção exata da importância e o peso desses sujeitos na composição do jornal, em virtude da interação dos apresentadores e sua circulação na nova cena para apresentar cada uma das atrações, observamos o tempo utilizado por cada segmento nos telejornais analisados. A indicação do tempo para cada protagonista da cena inclui a enunciação que ele faz somada ao tempo do material veiculado. A soma das cabeças e dos materiais exibidos após a enunciação é o tempo destinado por nós aos sujeitos participantes da nova cena de apresentação do telejornal, sejam eles o apresentador, o repórter na rua, o jornalista ou o convidado a participação no estúdio.

Ao longo das onze edições, o maior tempo de enunciação feito exclusivamente pelos apresentadores foi no programa do dia 26 de maio, sábado, coincidentemente, quando a edição teve o menor tempo de duração em função da partida de futebol antes do telejornal ir ao ar. Neste dia, a mediação a cargo de Sérgio Rodrigues foi responsável por 16 minutos e 14 segundos do tempo total líquido do noticiário, o que corresponde 72% do total. Já a menor enunciação sob a responsabilidade da apresentação foi no dia 12 de abril, quinta-feira. A apresentadora Érica Salazar assumiu a enunciação durante dois minutos e 18 segundos, o que representa 4,9% do tempo total líquido do telejornal.

A maior participação ao vivo durante o noticiário ocorreu em 29 de junho, quarta-

feira, com 14 minutos e três segundos, ou seja, 39% do tempo total do programa. É válido lembrar que este tempo representa a soma da leitura das cabeças e a duração dos materiais enunciados pelos repórteres na rua. A menor entrada ao vivo durante a pesquisa foi registrada no jornal de estreia, em nove de maio, com um minuto e 27 segundos, o que significa 4,7% do tempo do MGTV 1ª deste dia.

A soma dos enunciados feitos durante os quadros atrativos do telejornal ou na participação de convidados com transmissão em direto (ambos realizados no meio do cenário) do estúdio alcançou o maior registro no dia 12 de abril, quinta-feira. Nesta data, essas intervenções feitas direto do centro da cena de apresentação somaram 36 minutos e 17 segundos, ou seja, 76,5% do total líquido. A menor enunciação feita nesse formato foi observada no programa de sábado, 26 de maio, quando uma única participação no estúdio (entrevista ao jogador Túlio) foi responsável por um minuto e 35 segundos do jornal, o equivalente a 7% do total apresentado.

No programa de estreia, em nove de maio, a repórter Gesane Luchesi¹⁷ entrevistou o delegado da Polícia Federal, Cláudio Nogueira, sobre a campanha do desarmamento. A entrada ao vivo da rua durou um minuto e 27 segundos. O quadro “MGTV Esporte” com o repórter Rodrigo Dias¹⁸ foi o responsável pela enunciação de quatro notas cobertas e uma locução ao vivo. Os apresentadores Érica Salazar, Sérgio Rodrigues e Ricardo Ribeiro interagiram entre si emitindo opiniões a respeito do novo cenário. Todas essas intervenções no estúdio (incluindo o tempo de duração dos materiais e cabeças), somadas, representam um total de sete minutos e 30 segundos de jornal.

Programa	Tempo líquido	Enunciação/apresentadora	Enunciação links/vivo	Enunciação em participação/quadros
09/05/2011	30'41" 100%	21'44" 70,8%	1'27" 4,7%	7'30" 24,5%

Tabela 26 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 09/05/2011

Na segunda-feira, dia 27 de junho, a primeira entrada ao vivo foi no primeiro bloco, comandada pela repórter Viviane Novaes¹⁹ que enunciou, da rua, um VT com o movimento nas rodoviárias e estradas em função do feriado de Corpus Christi. Na volta da matéria, a repórter ancorou uma entrevista na rua com o Inspetor da Polícia Rodoviária Federal, Wallace

¹⁷ A jornalista, atualmente, não faz parte dos quadros da emissora.

¹⁸ O jornalista, atualmente, não faz parte dos quadros da emissora.

¹⁹ A jornalista, atualmente, não faz parte dos quadros da emissora.

Wischansky. No segundo bloco, a mesma repórter entrevistou o cardiologista Darcílio Souza Filho, que falou dos problemas provocados pelo diabetes.

No quarto bloco, nova entrada ao vivo sobre teleaula preparatória para o Enem. O entrevistado foi o presidente do Instituto Henfil, Mateus Prado, que respondeu a várias perguntas dos telespectadores (gravadas). As entradas ao vivo representam nove minutos e 51 segundos do jornal. Já o quadro “MGTV Esporte”, no terceiro bloco, com o repórter Rodrigo Dias, foi responsável por sete minutos e 49 segundos do noticiário, tempo que inclui a enunciação de uma nota coberta, três VTs, duas notas secas e uma nota pé.

Programa	Tempo líquido	Enunciação/apresentadora	Enunciação links/vivo	Enunciação em participação/quadros
27/06/2011	31'53" 100%	14'13" 44,6%	9'51" 30,9%	7'49" 24,5%

Tabela 27 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 27/06/2011

No dia seguinte, terça-feira, 28 de junho, foram registradas três entradas ao vivo no segundo bloco com o repórter Ricardo Ribeiro. Na primeira, ele ancorou duas entrevistas sobre a guarda municipal com o presidente da Associação dos Guardas Municipais, Júlio Natalino Santos, e com o representante da Associação dos Fiscais de Posturas, Randolpho Medeiros. Em sua segunda participação sobre o mesmo assunto, ouviu o representante da prefeitura de Juiz de Fora, secretário de Administração e Recursos Humanos, Vitor Valverde. Ainda no segundo bloco, falou com o presidente do Instituto de Laticínios Cândido Tostes, Gerson Occhi, sobre o processo seletivo da instituição.

No terceiro bloco, a jornalista Viviane Novaes, ancorou, do estúdio, juntamente com a apresentadora Érica Salazar, o quadro “Panorama Rural”. Foram enunciados um VT, uma locução ao vivo, uma nota seca e uma nota coberta. O repórter Ricardo Ribeiro também participou do quadro entrevistando o supervisor de inspeção do IMA (Instituto Mineiro de Agropecuária), José Alberto de Souza. A soma das participações ao vivo foi de nove minutos e 40 segundos e a duração do quadro “Panorama Rural” de nove minutos e três segundos.

Programa	Tempo líquido	Enunciação/apresentadora	Enunciação links/vivo	Enunciação em participação/quadros
28/06/2011	35'08" 100%	16'25" 46,7%	9'40" 27,5%	9'03" 25,8%

Tabela 28 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 28/06/2011

Na quarta, 29 de junho, logo no primeiro bloco, a apresentadora chama um vivo sobre a falta de segurança na Zona Norte de Juiz de Fora. O repórter Ricardo Ribeiro entrevistou o assessor de comunicação do 27º Batalhão da Polícia Militar, capitão Paulo Alex. Durante a entrevista, o jornalista enunciou uma nota coberta ilustrando o assunto. No segundo bloco, Ribeiro volta ao vivo duas vezes. A primeira para enunciar um VT sobre problemas no atendimento à saúde no município e a segunda para falar com o urologista José Murilo Neto sobre as crianças que fazem xixi na cama.

No terceiro bloco, foi a vez do quadro “MG Tec”, com a repórter Camila Saenz. Ao lado da apresentadora, ela enunciou um VT, uma nota seca e chamou novo vivo entre Ricardo Ribeiro e o analista de sistemas Wagner Arbex, que falou sobre a ação dos *hackers*. Ainda neste bloco, Ricardo Ribeiro voltou ao vivo com o diretor de uma companhia de dança do Rio de Janeiro, Jaime Arxa, que falou sobre o terceiro Festival Nacional de Dança realizado na cidade. As entradas ao vivo somaram 14 minutos e três segundos do MGTV 1ª e o quadro “MG Tec” ocupou sete minutos e 58 segundos de jornal, incluindo a exibição dos materiais citados acima.

Programa	Tempo líquido	Enunciação/apresentadora	Enunciação links/vivo	Enunciação em participação/quadros
29/06/2011	35'52" 100%	13'31" 38%	14'03" 40%	7'58" 22%

Tabela 29 – Enunciação no MGTV 1ª Edição - 29/06/2011

O jornal do dia 30 de junho, quinta-feira, foi aberto com uma participação ao vivo do repórter Ricardo Ribeiro que enunciou, da rua, VT sobre a prisão de um jovem na Zona Norte acusado de participar de uma quadrilha que teria praticado vários crimes na região. No mesmo bloco, volta *link* do jornalista que conversou, na rua, com o assessor de comunicação do Batalhão do Corpo de Bombeiros, Marcos Santiago, que falou sobre as atrações do dia do bombeiro. O segundo bloco começou com um vivo de Ubá, com Inácio Novaes, que enunciou

um VT com apontava problemas em vários bairros da cidade. Na volta do VT, o repórter entrevistou o prefeito Vadinho Baião na tentativa de apontar solução para os casos registrados na reportagem. No mesmo bloco, Ricardo Ribeiro voltou a falar ao vivo com o presidente da Conferência Municipal do Idoso, Márcio Borges, sobre os direitos do pessoal da terceira idade.

O terceiro bloco começou com o quadro “MGTV Esportes”. Rodrigo Dias e Érica Salazar enunciaram três VTs, duas notas pé e uma nota coberta. No quarto e último bloco, observamos mais uma entrada ao vivo de Ubá. Inácio Novaes conversou com Bráulio Hilário, da divisão de eventos da Prefeitura de Ubá, sobre as atrações na festa em comemoração ao aniversário da cidade. As entradas ao vivo somaram onze minutos e 36 segundos de jornal e a participação do quadro de esporte contribuiu com nove minutos e nove segundos do tempo total da edição.

Programa	Tempo líquido	Enunciação/apresentadora	Enunciação links/vivo	Enunciação em participação/quadros
30/06/2011	31'10" 100%	10'25" 33,4%	11'36" 37,2%	9'09" 29,4%

Tabela 30 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 30/06/2011

Em 27 de março de 2012, o primeiro programa analisado da segunda etapa da pesquisa, a apresentadora Érica Salazar, ainda no primeiro bloco, convocou o repórter Ricardo Ribeiro a ancorar da rua um debate entre o major Paulo Henrique Silva, da Polícia Militar, e o psicanalista José Eduardo Amorim. O tema foi o combate às drogas. O jornalista voltou no segundo bloco para enunciar, do mesmo ponto, um VT sobre crianças de uma escola do Santa Cecília que, por um dia, abandonaram a sala de aula para combater o mosquito da dengue pelas ruas do bairro. Na volta do VT, ele anunciou as entrevistas do *link* com a psicóloga Cíntia Feliciano, e a chefe do Departamento de Vigilância Epidemiológica do município, Alessandra Mendonça. Ambas falaram sobre a importância do envolvimento das crianças em ações como a mostrada na reportagem.

No terceiro bloco, foi a vez do quadro “Profissão S.A.”, com Cecília Delgado. Ao lado de Érica Salazar, ela enunciou um VT sobre a produção de ovos de chocolate caseiro, chamou um vivo com Ricardo Ribeiro e o diretor do Senac, André Carvalho, que informou sobre os cursos promovidos pela. O outro VT dentro do mesmo quadro foi sobre o dia internacional do

teatro. As entradas ao vivo representaram treze minutos e onze segundos do jornal. Já a participação no quadro “Profissão S.A.” somou um total de doze minutos e 32 segundos.

Programa	Tempo líquido	Enunciação/apresentadora	Enunciação links/vivo	Enunciação em participação/quadros
27/03/2012	45'55" 100%	20'12" 44%	13'11" 28,7%	12'32" 27,3%

Tabela 31 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 27/03/2011

Na quarta-feira, dia quatro de abril, a primeira entrada ao vivo foi no segundo bloco, com o repórter Ricardo Ribeiro e o capitão Santiago, do Corpo de Bombeiros. Em pauta, os projetos de prevenção e combate a incêndio em Juiz de Fora. O “MG Tec” foi a atração do segundo bloco. Camila Saenz e Érica Salazar enunciaram dois VTs, duas notas cobertas e um vivo com Ricardo Ribeiro e a oftalmologista Dilourdes Magalhães, que falou sobre os problemas de vista ocasionados pelo excesso de exposição da vista no uso dos *tablets* e computadores. As entradas ao vivo somaram quatro minutos e nove segundos de jornal e o quadro “MG Tec” foi o responsável pelos nove minutos e 41 segundos do noticiário.

Programa	Tempo líquido	Enunciação/apresentadora	Enunciação links/vivo	Enunciação em participação/quadros
04/04/2012	44'49" 100%	30'59" = 69,1%	4'09" 9,3%	9'41" 21,6%

Tabela 32 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 04/04/2012

Na quinta, dia 12 de abril, o quadro “MGTV Esporte” entrou logo no primeiro bloco. Inácio Novaes e Érica Salazar enunciaram um VT sobre a Copa Integração de futebol. O quadro foi interrompido para a entrada de outra atração: o “MG Responde”. Nesta quinta, o convidado foi o superintendente do Procon, Carlos Alberto Gasparete. Ele respondeu a várias dúvidas dos entrevistados. No segundo bloco, o quadro retornou ao noticiário, com o mesmo entrevistado. O procedimento foi repetido no quarto bloco.

O “MGTV Esporte” abriu o terceiro bloco. A dupla Salazar e Novaes chamou um vivo com Ricardo Ribeiro e Felipe Menicucci que falaram da piscina do Sesi, sede da Copa Integração de Natação, assunto do *link*. Inácio Novaes e Érica Salazar enunciaram, juntos, três notas cobertas, uma nota seca, um VT e uma nota pé. Os *links* contribuíram com um total de

oito minutos e 49 segundos do tempo líquido do telejornal. Já o quadro “MG Responde” foi responsável por 36 minutos e 17 segundos do montante.

Programa	Tempo líquido	Enunciação/apresentadora	Enunciação links/vivo	Enunciação em participação/quadros
12/04/2012	47'24" 100%	2'18" 4,9%	8'49" 18,6%	36'17" 76,5%

Tabela 33 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 12/04/2012

Já na sexta, 27 de abril, Inácio Novaes abriu o primeiro bloco com um vivo direto da piscina do Sesi. O mesmo aconteceu no segundo bloco. O *link* foi mediado das ruas por Felipe Menicucci que conversou com o tenente Marcelo Alves, assessor de comunicação do 2º Batalhão de Polícia Militar, sobre brigas entre gangues. O terceiro bloco foi aberto com novo vivo direto do Sesi. Desta vez, três repórteres participaram do *link*: Ricardo Ribeiro, Marina Campos e Inácio Novaes. Ainda no mesmo bloco, Ricardo Ribeiro entrevistou Luiz Francisco, um dos organizadores da competição. Neste bloco, Érica Salazar visitou o estúdio do “MG Rural” e, ao lado do apresentador Márcio Santos, anunciou as atrações do quadro. Juntos, eles fizeram duas locuções ao vivo.

No quarto e último bloco desta edição, Ricardo Ribeiro falou novamente ao vivo do Sesi e entrevistou outro organizador da Copa, José Antônio Bara. Neste dia, as entradas ao vivo somaram onze minutos e dois segundos e a participação na chamada para o “MG Rural”, do estúdio, totalizou dois minutos e 47 segundos.

Programa	Tempo líquido	Enunciação/apresentadora	Enunciação links/vivo	Enunciação em participação/quadros
27/04/2012	41'07" 100%	27'18" 66,4%	11'02" 26,8%	2'47" 6,8%

Tabela 34 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 27/04/2012

A primeira participação ao vivo do repórter Ricardo Ribeiro na edição de sete de maio, segunda-feira, aconteceu no primeiro bloco. Da rua, ele enunciou um VT com a história de um cão que salvou um frentista de um assalto. Na volta deste material o repórter conversou com o tenente Flávio Campos quanto às reações das pessoas ao ataque dos cães, e também com o sargento Wanderson Ferreira, que falou sobre a ação dos animais. Ainda no primeiro

bloco, tivemos a primeira aparição do quadro “MG Esporte”, com Inácio Novaes. Ao lado de Érica Salazar, ele enunciou um VT e uma nota coberta. No segundo bloco, registramos a presença do quadro “MG Responde” que, neste dia, contou com a presença de Marcos Davi, especialista na área financeira, para tirar dúvidas do público em relação às mudanças nas regras da poupança. O “MG Responde” voltou no terceiro bloco com o mesmo participante assim como registramos o retorno do “MG Esporte”. Inácio Novaes e Érica Salazar apresentaram dois VTs, duas notas pé, uma nota seca e quatro notas cobertas.

O quarto bloco foi aberto com mais uma parte do quadro “MG Responde” com o mesmo entrevistado. As entradas ao vivo somaram sete minutos e quinze minutos do total do noticiário. Já o quadro “MG Responde”, sozinho, foi responsável por vinte e um minutos e quatro segundos da edição.

Programa	Tempo líquido	Enunciação/apresentadora	Enunciação links/vivo	Enunciação em participação/quadros
07/05/2012	44'34" 100%	16'15" 36,5%	7'15" 16,2%	21'04" 47,3%

Tabela 35 – Enunciação no MGTV 1ª Edição – 07/05/2012

No último programa analisado do dia 26 de maio, sábado, tivemos três entradas ao vivo da repórter Patrícia Aguiar. Ela apresentou, da rua, o quadro “Ação no bairro”. No primeiro bloco, entrevistou o diretor da escola do Senac, André Carvalho, sobre os serviços fornecidos pelo evento promovido pela TV Integração na Zona Norte de Juiz de Fora. Em sua segunda participação, no terceiro bloco, a repórter conversou com o médico Aécio Meireles, sobre os exames gratuitos oferecidos à comunidade. No quarto e último bloco da edição, novo *link* do mesmo lugar. Desta vez, a jornalista falou com o policial do meio ambiente, cabo Almir Alvim. Neste programa, tivemos uma participação no estúdio. O jogador de futebol Túlio Maravilha, na época atacante do Laranjal, visitou o MGTV 1ª Edição e conversou com o apresentador Sérgio Rodrigues. As entradas ao vivo somaram quatro minutos e 43 segundos do jornal enquanto a entrevista no estúdio contribuiu com um minuto e 35 segundos do tempo líquido total.

Programa	Tempo líquido	Enunciação/ apresentador	Enunciação links/vivo	Enunciação em participação/quadros
26/05/2012	22'32" 100%	974" 72%	4'43" 21%	1'35" 7%

Tabela 36 – Enunciação no MGTV 1ª Edição 26/05/2012

Na tabela abaixo, observamos a importância das entradas ao vivo e da participação de entrevistados ou dos jornalistas da emissora nos quadros que compõem o MGTV 1ª edição. A enunciação feita apenas pela apresentadora acumulou um tempo médio que representa pouco mais da metade do telejornal - 50,5%. Já a interseção da apresentadora, do estúdio, com os repórteres da rua, equivale a 23,6% do tempo de apresentação do programa. Os quadros que levam os jornalistas da emissora ao estúdio ou a participação dos convidados na cena de apresentação somam 28,4%. Ou seja, na nova cena de apresentação do telejornal, o apresentador é o protagonista, mas divide espaço com outros sujeitos, numa demonstração de que o novo cenário permite uma circulação maior de pessoas e confere peso a outras enunciações que não somente a apresentação, em torno majoritariamente do apresentador, como costumávamos assistir.

Programas	Enunciação/ apresentadora	Enunciação links/vivo	Enunciação participação/quadros
09/05/2011	70,8%	4,7%	24,5%
27/06/2011	44,6%	30,9%	24,5%
28/06/2011	46,7%	27,5%	25,8%
29/06/2011	38%	40%	22%
30/06/2011	33,4%	37,2%	29,4%
27/03/2012	44%	28,7%	27,3%
04/04/2012	69,1%	9,3%	21,6%
12/04/2012	4,9%	18,6%	76,5%
27/04/2012	66,4%	26,8%	6,8%
07/05/2012	36,5%	16,2%	47,3%
26/05/2012	72%	21%	7%
MÉDIA	50,5%	23,6%	28,4%

Tabela 37 – Ocupação de cada enunciado no MGTV 1ª Edição e a média geral



Gráfico 3 – Percentual médio (peso) de cada enunciação

Tendo em mãos todas estas informações, partimos, agora, para a análise textual dos onze programas avaliados que fazem parte do objeto empírico desta pesquisa.

6.2) O PROGRAMA TELEVISIVO SOB A ÓTICA TEXTUAL

Após a realização da análise quantitativa, que contemplou a observação de onze edições do MGTV 1ª Edição, buscou-se estabelecer um diálogo entre as observações gerais já efetivadas e as interações, os textos e a colocação em cena no novo cenário por meio da Análise Textual da TV, proposta pelos italianos Casetti e Chio (1999). Até o momento verificamos a composição dos materiais presentes no noticiário, por meio dos diversos formatos de apresentação da informação. Priorizaremos nesse ponto da pesquisa a análise de como os apresentadores Érica Salazar e Sérgio Rodrigues e os demais sujeitos que participam da enunciação se comportam no sentido de se aproximarem da audiência provocando a identificação com o público.

Para os autores, a análise textual trabalha a partir de materiais simbólicos presentes em um telejornal e que produzem determinados efeitos de sentido. Não se trata, efetivamente, de um processo quantitativo, mas sim, prioritariamente, de uma observação qualitativa dos programas englobados na pesquisa, colocando em revelo a arquitetura e funcionamento dos noticiários analisados. A intenção, nesse caso, é valorizar os objetos, os comportamentos e as situações envolvidas na enunciação a partir do peso dado a cada um deles de maneira implícita ou explícita.

Conforme detalhado anteriormente, nossa análise englobará as onze edições do telejornal e será feita a partir de esquemas de leitura baseados em um eixo principal proposto por Caseti e Chio (1999). A proposta é interpretar, a partir da Análise de Texto, os significados da nova cena de apresentação do telejornal no sentido global valorizando a maneira que ela se comunica e as formas de enunciação do discurso.

O primeiro tipo de esquema de leitura proposto pelos autores (CASETI e CHIO, 1999, p.252) é composto pelos Sujeitos e Interações. Nesta seção, o foco são os sujeitos que comunicam na televisão. Ela engloba a densidade desses sujeitos no tempo e espaço, ou seja, quem comunica de fato e o peso que esse indivíduo assume na cena veiculada; o estilo do comportamento com base na roupa, nas expressões, nos gestos e no seu deslocamento espacial. Nesse esquema de leitura, tentaremos apontar em cada segmento as funções desempenhadas pelos enunciadores e os papéis assumidos na narrativa, com base na dramaturgia do telejornalismo (COUTINHO, 2012).

A pesquisadora Iluska Coutinho (2012, p.140) propõe alguns papéis desempenhados pela dramaturgia do telejornalismo que tentaremos identificar na encenação do MGTV 1ª Edição. São eles as figuras do mocinho, vilão, vítima, herói, *expert* ou especialista, mediador, aliado ou parceiro, “musa” ou troféu em disputa, beneficiado, competidores, neomocinho ou vilão regenerado (arrependido), vilão implícito e personagem misterioso. Segundo a autora, a simulação do contato e o vínculo afetivo promovidos pelos telejornais seriam conquistas dessa noção de dramaturgia. Para ela, a encenação alcançada por meio da atuação dos profissionais contribuiria na construção de uma narrativa verossímil da realidade.

Os Textos Verbais formam outra categoria de análise composta pelo estilo de linguagem. Vamos observar se a narrativa enunciativa assume um tom dialógico mais coloquial com a queda da bancada, visando uma maior identificação com o público e uma maior aproximação com a audiência. A Colocação em Cena também faz parte da proposta de leitura. Ela será identificada com base na estrutura espacial da transmissão, ou seja, como a enunciação utiliza o espaço cenográfico para representar o contexto da cena. Nesse ponto, a proposta é apresentar uma avaliação quantitativa e qualitativa da utilização do espaço cênico, a partir da descoberta das marcações de cena e o peso de cada uma no novo cenário. A queda da bancada proporcionou uma maior circulação de sujeitos no estúdio e nossa intenção é identificar o peso de cada marcação, principalmente, a que inclui o objeto de cena de nosso

maior interesse: a bancada.

O esquema apontado pelos autores ainda inclui a categoria História. Ela não foi desprezada por nós, mas não priorizada no momento por haver uma regularidade do gênero telejornal que não é o objeto de disputa ou mudança no objeto em análise, que é a nova cena de apresentação do MGTV 1ª Edição.

Esclarecidos os pontos que serão percorridos a partir do esquema de leitura proposto, partimos, então, para a Análise Textual do objeto empírico.

6.2.1) O sujeito e as interações na cena de apresentação

Neste esquema de leitura proposto pelos autores Caseti e Chio (1999), nosso foco são os sujeitos que comunicam na televisão. As características observadas serão a densidade, o estilo e a função (com base na dramaturgia do telejornalismo) de quem enuncia no MGTV 1ª Edição. A análise da densidade vai abordar quem de fato comunica no telejornal objeto empírico desta pesquisa. Que peso esse comunicador assume na cena veiculada. É válido lembrar que evidenciaremos as figuras explícitas na enunciação, como o apresentador, o comentarista (ou jornalista de um dos quadros do programa), o convidado (participa ao lado dos apresentadores no estúdio) e o repórter que conduz os *links* ao vivo, e também os sujeitos que podem estar implícitos na cena. Neste caso, o telespectador pode estar implicado na ação, algumas vezes diretamente inserido na interação via vocativo, por exemplo. Esclarecidos os pontos a serem percorridos, passemos à análise dos onze programas selecionados na pesquisa.

6.2.1.1) A densidade comunicativa no MGTV 1ª Edição

Nesse tópico, nossa intenção é apontar quem de fato comunica, diariamente, no MGTV 1ª Edição e a importância que esse(s) sujeito(s) assume(m) na cena. É válido lembrar que o ato de informar faz circular o efeito de sentido do saber. Essa circulação pressupõe que uma pessoa detém o saber enquanto a outra não. Por isso, na apresentação do telejornal, o comunicador se encarrega de transmitir a informação e o outro de receber, compreender e interpretar. A maneira como se conduz a comunicação tem relação direta com a eficiência que se pretende atingir. De um lado, o enunciado do telejornal, no nosso caso, composto pelos

apresentadores, os repórteres que estão na rua e os convidados que compartilham informações do estúdio. Do outro, o público que precisa ser tocado. O sucesso da enunciação vai depender do engajamento do enunciador e o papel que ele desempenha nessa troca com a audiência. Por isso, a busca pela afetividade e intimidade com o público seja um desafio incessante.

No programa de estreia, em nove de maio de 2011, o MGTV 1ª Edição revelou, claramente, que tentaria imprimir um tom intimista na enunciação permitindo, inclusive, uma grande circulação de pessoas no novo cenário implantado, na época, pela TV Panorama. A apresentadora Érica Salazar abriu a edição informando que a emissora estava celebrando um passo para a recepção do sinal digital em Juiz de Fora e convidou outros dois apresentadores da TV para participarem do noticiário ao lado dela. Ricardo Ribeiro e Sérgio Rodrigues foram recebidos por uma “mestre de cerimônia” que iria comandar a edição ao lado dos colegas. “Sejam muito bem-vindos” foi a frase dita durante a entrada dos colegas.

Subjetivamente, o papel assumido pela apresentadora diante dos colegas foi de mediadora da encenação: ela puxou o assunto, ela permitiu a fala deles e ela criou espaço para eles comunicarem. A dupla encarnaria as personagens aliadas e parceiras que também contribuiriam com a doação do saber, mas tendo a certeza de que a circulação aconteceria em torno da apresentadora. Os três seriam os responsáveis pela enunciação, mas, para o público, ficou evidente que o comando seria dela, principalmente, porque ela ficou de pé atrás da bancada o tempo todo, espaço nobre na antiga cena de apresentação. Os outros dois posicionaram-se no centro do estúdio, como convidados do jornal que seria dela.

Apesar da propriedade de fala e da posição ocupada, houve uma distribuição de funções naquele jornal. Ricardo Ribeiro foi o primeiro a dizer que era um prazer participar do programa e logo passou a voz ao outro apresentador, Sérgio Rodrigues. Na fala de Ricardo, o público reconheceu o papel de Sérgio na trajetória da emissora (MGTV 1ª Ed. 09/05/2011):

RICARDO RIBEIRO (apresentador): Por falar em mudanças, ninguém melhor para falar delas do que Sérgio Rodrigues que viveu diversas etapas, uma série de transformações na emissora.

SÉRGIO RODRIGUES (apresentador): Nesses 31 anos do sinal da TV Globo em Juiz de Fora eu tive a felicidade de apresentá-lo, o Jornal das Sete e o MGTV em todos os cenários que nós tivemos aqui na casa.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): São 24 anos, né, Serginho?

SÉRGIO RODRIGUES (apresentador): Pois é, 24 anos de muitas alegrias, viu, Érica?!

Esse pequeno diálogo foi um evidente sinal de que eles estavam rompendo com supostas barreiras na comunicação. O ambiente amigável proporcionou a introdução dos telespectadores em um espaço partilhado por esses sujeitos, os apresentadores e o público que, em função da informalidade, sentiu-se parte da cena. O apresentador Sérgio Rodrigues deu vida ao personagem beneficiado ao ser chamado de Serginho ao vivo. O carinhoso diminutivo o aproxima da audiência e demonstra uma admirável sintonia e laços fraternos entre os colegas. O tom de conversa cria no receptor a convicção de quem há alguém dialogando com ele. Os profissionais foram comparados a velhos amigos que noticiam o fato em ambiente agradável.

Logo após essa troca de amabilidades foi enunciado o VT com a trajetória dos cenários adotados pela emissora ao longo dos anos. O repórter que conduziu esse material foi Sérgio Rodrigues, o mesmo que ganhou poder de fala na enunciação em função da importância que possui na história da emissora como apresentador. A intimidade com que a apresentadora se dirigiu ao colega, chamando-o carinhosamente pelo apelido, também contribuiu para a informalidade do momento. Postura semelhante ela adotou na volta da reportagem ao dizer que “toda mudança é sempre bem-vinda. Os meninos continuam por aqui porque a gente ainda tem muita história pra contar” (MGTV 1ª Ed. 09/05/2011).

Mais uma vez ela assumiu a figura de maestro da cena, a mediadora da enunciação, responsável por guiar e distribuir a vez de cada sujeito falar. Essa postura ficou clara ao final desta mesma edição. Ao encerrar o programa, a apresentadora saiu de trás da bancada, posição até então considerada nobre na cena, caminhou em direção aos outros dois apresentadores que estavam sentados nos banquinhos do cenário, e juntou-se a eles assumindo a igualdade em relação aos colegas. O tom informal manteve-se presente no diálogo, assim como o comando da apresentadora que, novamente, chamou-os de meninos (MGTV 1ª Ed. 09/05/2011):

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Bom, o MGTV está quase acabando mas eu gostaria de conversar com meus amigos aqui que participaram desse jornal com a gente. Qual foi a impressão de vocês? Eu confesso que adorei, estou super à vontade, acho que aproxima um pouco mais do telespectador também nesse formato.

RICARDO RIBEIRO (apresentador): Com certeza, Érica, mais à vontade impossível (mostra

o terno aberto) sentado num banquinho. (Os três gargalham)

SERGIO RODRIGUES (apresentador): E é interessante porque é um novo conceito de televisão, não é? É o novo que chega e acompanhar toda essa evolução pra mim “tá” sendo emocionante [...]

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Tá sendo diferente pra você, Sérgio, você que pegou lá na década de 80?

SERGIO RODRIGUES (apresentador): Nossa... e acompanhar essa evolução ao longo desses anos “tá” sendo para mim, repito, emocionante.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Na verdade a impressão que se tem é a de que a gente tá muito mais solto, muito mais próximo, eu tô super a vontade, confesso. Adorei.

SERGIO RODRIGUES (apresentador): É o novo.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Espero que todos vocês tenham gostado (ela olha para os telespectadores). O Sérgio vai voltar logo mais no MGTV. A gente agradece a presença dos dois. Meninos, muito obrigada. Uma excelente segunda feira para você.

O tom da conversa e da informalidade da cena ficaram explícitos neste primeiro programa analisado o que exigiu dos comunicadores um alto grau de empatia e capacidade para sustentar esse clima. A construção desse ambiente ajuda a reduzir a distância entre o “eu” e o “eles” e a possibilidade de compartilhar momentos informais com os comunicadores é um privilégio que agrada o público que vem sendo contemplado, cada vez mais, com esse tipo de encenação nos noticiários.

Também no jornal de estreia, observou-se a colocação de dois telões no novo cenário. Poderíamos concluir que haveria um aumento considerável de *links* entre o estúdio e a rua, como de fato aconteceu no decorrer da pesquisa. Assim, a apresentação passaria a ser compartilhada com os repórteres que também enunciariam os materiais do ambiente externo. O exemplo pode ser verificado na edição de 27 de junho quando a repórter Viviane Novaes, em entrevista com o cardiologista Darcílio Souza, mediou várias perguntas de telespectadores a serem respondidas pelo médico.

Nas participações ao vivo, a apresentadora assume explicitamente o comando mas confere voz ao repórter, como na edição de 28 de junho de 2011, quando ela enuncia que a Câmara de vereadores de Juiz de Fora discutiria naquela tarde a atuação da guarda municipal. “Entre as questões em pauta está o porte de armas pelos guardas, assunto que divide opiniões,

né, Ricardo?” (MGTV 1ª Ed. 28/06/2011). Da rua, Ricardo Ribeiro concordou com a apresentadora e deu início à sua entrevista. Antes de encerrar sua participação, Ribeiro devolveu a palavra ao estúdio informando que o público teria um exemplo sobre o funcionamento da guarda municipal para assistir. A apresentadora concordou: “Isso mesmo, Ricardo” (MGTV 1ª Ed. 28/06/2011). O “bate-bola” entre os dois e a troca de enunciação entre a rua e o estúdio foram repetidos diversas vezes ao longo da pesquisa.

Ambos, tanto o repórter como a apresentadora assumiram as personagens do mocinho e da mocinha, preocupados com um assunto grave e temerosos dos efeitos que uma arma poderia ter nas mãos erradas. Além disso, o *link* com a rua passou a ser um recurso utilizado com intensidade na nova cena de apresentação do MGTV ajudando a conferir ao telejornal o efeito de presença da equipe no local dos acontecimentos. É o poder da televisão de inserir o público no ambiente externo, mesmo sem sair de casa.

No noticiário de 29 de junho, a apresentadora anunciou o início do III Festival Nacional de Dança de Juiz de Fora e convocou a participação do repórter Ricardo Ribeiro que estava no Teatro Central, ao lado de Jaime Arôxa, coreógrafo de uma companhia carioca de dança. “Nós vamos falar de novo com o Ricardo Ribeiro. A abertura do evento vai contar com uma participação especial, né, Ricardo? Tô vendo aqui (na tela), Jaime Arôxa” (MGTV 1ª Ed. 29/06/2011). A distribuição do poder de fala esteve a cargo dela, no estúdio. Ricardo se apropriou do direito recebido e passou a exercer essa função na rua, de mediar a conversa com o entrevistado.

O repórter fez a entrevista e devolveu a fala à colega. Salazar agradeceu a participação, recorreu à emocionalidade para se aproximar da audiência e fez um pedido que ratifica a importância que possui na enunciação (MGTV 1ª Ed. 29/06/2011):

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Obrigada, Ricardo. É realmente envolvente. Não sei daí não porque a gente “tá” se despedindo. A gente fica por aqui mas outras informações sobre a região durante a tarde nos boletins do Panorama Notícia e logo mais no MGTV segunda edição. Uma excelente tarde pra você. Vamos ver mais um pouquinho do festival de dança? (entram novamente as imagens do Central com os bailarinos dançando no palco).

Os contatos da apresentadora com a rua são sempre permeados com uma pergunta e interjeições do tipo “não é?”, ou falas como “o que você tem a dizer sobre isso?”, “o que você nos conta a respeito?”. Essa postura exemplifica que a comunicadora indica como abordar a

notícia e passa a palavra aos repórteres mediando a comunicação. Depois, toma para si a retomada das falas. Já os repórteres, quando inquiridos dessa maneira, abrem os diálogos com expressões: “Isso mesmo, Érica”, “Não tenha dúvida, Érica” selando o conhecimento sobre a informação que ela possui. Ambos reverenciam o poder de fala do outro, cada um sob seu ponto de vista ou de seu lugar na enunciação.

As participações no estúdio também adquirem ares dialógicos. Como no dia 30 de junho, quando a apresentadora chamou o quadro “MGTV Esporte”. “É hora de falar de esporte então nós vamos falar com Rodrigo Dias. Tudo bem, Rodrigo?” O jornalista, ao lado dela, respondeu com naturalidade: “Tudo bem, Érica. Pois é, Érica, a quarta-feira foi de muitos gols no campeonato brasileiro” (MGTV 1ª Ed. 30/06/2011). Na mesma edição, na volta de um dos VTs, o jornalista desencadeou o próximo o assunto. “Agora é hora de balançar as redes”, informação que foi corroborada por ela: “Até porque esta sétima rodada do campeonato brasileiro começou a todo vapor, né?” Comentário que foi ratificado por Rodrigo Dias: “A todo vapor, Érica” (MGTV 1ª Ed. 30/06/2011).

Em outro ponto desse mesmo quadro, Dias ressaltou um gol que deu a vitória à equipe do XV de Rio Novo, na Copa Panorama de futebol. O comentário foi conduzido pelo jornalista com autonomia até a exibição da matéria, mas encontrou o suporte da apresentadora quando inquirida (MGTV 1ª Ed. 30/06/2011):

RODRIGO DIAS (repórter): O gol, Érica, que deu a vitória ao XV de Rio Novo no domingo passado foi um golaço, um gol lindo! Agora, é daqueles lances que a gente diz assim: será que ele teria condições de fazer um outro gol igual aquele? Será mesmo, vamos ver?

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Vamos lá!

Ambos acompanharam a exibição do material e voltaram a dialogar sobre o mesmo assunto na volta do VT (MGTV 1ª Ed. 30/06/2011):

RODRIGO DIAS (repórter): Érica, vai pegar fogo essa decisão. Agora, a gente não mostrou aí. A gente deu outras duas chances para o jogador Lívio acertar os dois chutes e ele não acertou. Aí é querer demais, né? Que ele acertasse todas também, né?

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Agora, e essa autoestima do Lívio? Ele é excelente mesmo, ele vai acertar tudo. Cuidado, hein, Lívio?! (olha para o público e aponta como se estivesse se dirigindo a ele). Com essa abordagem, a apresentadora deu mostras da autoridade que possui ao “puxar a orelha” do atleta no ar.

Os quadros do MGTV 1ª Edição têm a apresentação de um dos repórteres da emissora, mas são enunciados com o auxílio da apresentadora que cede o poder de fala a eles. No entanto, ela pontua, ratifica, comenta e até interfere como no exemplo anterior, revelando a posição de autoridade que ocupa no estúdio. Outro exemplo da autoridade da apresentadora no telejornal pode ser verificado na edição de 27 de março. O repórter Ricardo Ribeiro mediou uma discussão na rua com o major da PM, Paulo Henrique Silva, e o psicanalista José Eduardo Amorim. Em pauta, o tráfico de drogas e o tratamento para dependentes. Ribeiro encerrou a participação informando os telefones para denúncia anônima e completou: “Como disse o policial, você não precisa dar seu nome para denunciar”. A fala encontrou apoio da apresentadora que garantiu: “É sigilo absoluto” (MGTV 1ª Ed. 27/03/2012).

Na mesma edição, quando o quadro “Profissão S.A.” estava no ar, a apresentadora Érica Salazar interferiu na condução da repórter Cecília Delgado que pontuava a participação de Ricardo Ribeiro em um vivo (MGTV 1ª Ed. 27/03/2012):

CECÍLIA DELGADO (repórter): Obrigada, Ricardo. É realmente uma bela oportunidade e o André (André Carvalho, diretor do Senac) teve a oportunidade de falar com a gente muito mais até do que sobre a qualificação mas como ver as oportunidades do mercado, né?

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): É verdade. Vamos mudar de assunto agora? Porque a gente tem o teatro para falar. Hoje é o dia internacional do teatro. Eu, particularmente, que adoro já o teatro como espectadora, tenho um carinho especial porque eu venho do teatro. Antes de ser jornalista e trabalhar em televisão eu fiz alguns anos de teatro universitário enquanto fazia a faculdade e tenho sempre um carinho especial, né?

CECÍLIA DELGADO (repórter): Você sabe bem como isso pode ser importante além do mundo amador para nossa vida e para nossa formação.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Com certeza.

Com essa fala, Salazar revelou um assunto que faz parte da intimidade de sua vida pessoal. A afetividade explícita promove a efetiva relação com o público que sente-se tocado e envolvido pelo assunto intimista. A exposição emocional de uma parte de sua vida pode transformá-la na personagem “gente como a gente”. Em um momento, ela assumiu a figura do *expert* e especialista, mas nem por isso o comentário criou distâncias entre ela e o público, pelo contrário. Foi feito de maneira humanizada.

Outra maneira de humanizar uma das atrações do jornal aconteceu no noticiário de 27

de abril, sexta-feira. Nesta edição, foi observada uma maneira diferenciada de enunciar uma chamada da programação. Sábado era dia de exibição do programa “MG Rural” e o MGTV incluiu no *script* a participação do apresentador Márcio Santos para falar sobre as atrações do dia seguinte. Além de citar as atrações, Érica Salazar ainda se deslocou para o cenário do “MG Rural” e dividiu a cena com o colega à frente do programa (MGTV 1ª Ed. 27/04/2012):

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Amanhã tem “MG rural” com as principais notícias do campo. E o Márcio Santos fica em um estúdio bem próximo aqui do nosso MGTV. E é pra lá que eu vou. Olá Marcio, tem bolinho de chuva aí para mim?

MÁRCIO SANTOS (apresentador): Olá, Érica, boa tarde, chega mais, venha “apiá” aqui no estúdio no “MG Rural”. Vai ser muito bem vinda para você conhecer as notícias do campo, conhecer nosso estúdio. A casa é modesta.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Opa... Tô chegando... Casa modesta? Coisa fina esse estúdio do Márcio.

MÁRCIO SANTOS (apresentador): Olha, aqui é o nosso estúdio, tem produtos hortifruti, vaquinhas, milho (aponta para as fotos do cenário). E a gente fica a vontade no campo, né?

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): E é daqui que a gente assiste você dando aquelas notícias deliciosas também, né?. (Érica gargalhando)

MÁRCIO SANTOS (apresentador): Você falou aí sobre bolinho de chuva, né? Bolinho de chuva eu não trouxe para você, porque é hora do almoço e você iria perder o apetite, mas tem feijão.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Feijão?

MÁRCIO SANTOS (apresentador): Gosta de feijão?

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Gosto de feijão.

MÁRCIO SANTOS (apresentador): Feijão é um dos assuntos do “MG Rural”.

A coloquialidade das falas aumentou o aspecto de espetáculo da enunciação. Mas a criação desse ambiente intimista promoveu uma integração com o telespectador. Agindo assim, os apresentadores propiciaram que o público entrasse na intencionalidade dos proponentes: passar a informação com leveza e descontração.

No único programa analisado com a presença do apresentador Sérgio Rodrigues, ele também conferiu ao público demonstrações de que é o responsável pela enunciação, mas que “aceita” participações dos convidados. O exemplo de mediador que exerceu aconteceu na

edição de 26 de maio, ao receber a visita do jogador de futebol Túlio, atualmente, atacante da equipe do Laranjal. Ao anunciar a presença do craque, o apresentador fez referências semelhantes ao programa de estreia, como se estivesse abrindo as portas de sua casa ao convidado (MGTV 1ª Ed. 26/05/2012):

SÉRGIO RODRIGUES (apresentador): E hoje o time B do Tupi encara o XV de Novembro de Rio Novo pela Copa Integração de futebol. E por falar em Copa Integração de futebol, olha quem estou recebendo aqui no estúdio. Um dos maiores ídolos do futebol brasileiro, Túlio Maravilha. Chega aí, Túlio. Prazer recebê-lo aqui. Senta aí, fica à vontade (indicando um dos banquinhos presentes no estúdio)

TÚLIO MARAVILHA(jogador de futebol): O prazer é todo meu.

A conversa se desenrola e, ao final, Túlio convoca o público para assistir à partida da Copa (MGTV 1ª Ed. 26/05/2012):

TÚLIO MARAVILHA (jogador de futebol): Amanhã tem jogo, 10h, quero convidar todos os botafoguenses da região para que possam prestigiar. Eu que já joguei uma partida e fiz um gol.

SÉRGIO RODRIGUES (apresentador): Então amanhã, dez da manhã, em Laranjal, tá feito o convite a todos os botafoguenses.

Quando há convidados no quadro “MG Responde” (em todas as edições analisadas a apresentadora era Érica Salazar), a apresentadora faz a saudação e conduz a conversa com o entrevistado que passa a responder dúvidas da audiência. A mediação é dela, mas o convidado exerce a personagem do especialista com poder de fala momentâneo.

Em alguns noticiários, quando o quadro foi dividido para ser exibido em vários blocos, como no dia sete de maio, Érica Salazar brincou dizendo que iria deixar a visita de castigo. No dia 12 de abril, ela explicou a brincadeira ao superintendente do Procon, Carlos Alberto Gasparete: “Tá certo, Gasparete. Fica aqui um pouquinho. Você vai ficar um pouquinho de castigo. Nesse jornal eu sempre falo isso para os entrevistados. Daqui a pouco a gente volta com mais perguntas” (MGTV 1ª Ed. 12/04/2012). O entrevistado participou da enunciação sendo responsável pelos esclarecimentos das dúvidas da audiência, mas a apresentadora deixou claro que o espaço e a condução do noticiário eram delas. Como protagonista da cena e dona da informação, ela exerceu o papel de autoridade que aprova, desaprova e até deixa os convidados “de castigo”.

Percebemos postura semelhante em várias edições do telejornal. Em alguns programas, quando ela se despede dos repórteres da rua, como no dia 27 de abril, Érica Salazar confere voz aos companheiros, mas retoma a posição de autoridade. No programa em questão, o vivo foi conduzido por três repórteres da emissora: Ricardo Ribeiro, Inácio Novaes e Marina Campos (o número elevado de profissionais na rua justifica-se em razão do evento promovido pela emissora, a Copa Integração de Natação, na piscina do Sesi de Juiz de Fora). O repórter Ricardo Ribeiro deu as informações sobre a competição e, ao se despedir, devolveu a enunciação para Salazar dizendo: “Daqui a pouco a gente volta. Tá combinado, Érica?” (MGTV 1ª Ed. 27/04/2012). Ela concordou e ainda conduziu a participação do colega: “Combinadíssimo, Ricardo. Eu tô esperando vocês então com mais emoções aí da Copa de Natação” (MGTV 1ª Ed. 27/04/2012).

O mesmo aconteceu na edição de sete de maio, quando o repórter Inácio Novaes apresentava o quadro “MGTV Esporte”. Ele se despediu dizendo que na quinta-feira estaria de volta com mais notícias sobre o esporte. A apresentadora respondeu cobrando o compromisso: “E eu espero por você” (MGTV 1ª Ed. 07/05/2012). Exemplo semelhante foi registrado no quadro esportivo com o mesmo repórter. Inácio Novaes encerrou o “MGTV Esporte” dizendo: “E por hoje é só, Érica. Na segunda-feira eu “tô” de volta. Érica valorizou a presença do colega e cobrou: “Sempre com mais novidades. ‘Brigada’, Inácio. Eu te espero lá então” (MGTV 1ª Ed. 12/04/2012).

Sérgio Rodrigues também tem postura semelhante no traquejo com a rua. No noticiário de 26 de maio, a repórter Patrícia Aguiar trazia as informações sobre a iniciativa “Ação no bairro”, promovida pela TV Integração. Ao devolver a fala para o colega no estúdio, ela convoca quem está em casa para participar e informa que voltará com mais informações. Rodrigues assente e reforça o retorno dela: “Ok, Patrícia, já já a gente volta, hein?!” (MGTV 1ª Ed. 26/05/2012).

Implicitamente, o telespectador está presente na cena de apresentação do MGTV 1ª Edição. Em vários programas analisados, os apresentadores conduzem o público que está em casa a acompanhar as imagens externas, configurando outro ponto de encontro para além do estúdio: “Agora vamos ver imagens ao vivo de Juiz de Fora” (MGTV 1ª Ed. 27/04/2012). Os apresentadores também invocam a participação da audiência, configurando o efeito de presença, como no programa de sete de maio. Ao anunciar a atração do próximo bloco, Érica

Salazar disse: “Nós também vamos conhecer uma exposição que mostra a imigração em Juiz de Fora. Não saia daí. Vamos ver imagens de Leopoldina?” (MGTV 1ª Ed. 07/05/2012). Com essa postura, a apresentadora se configura em um importante elemento na articulação das histórias e ainda produz o chamamento à participação. É nesse momento que os sujeitos entram em contato. A apresentadora, do estúdio, e o público que está do outro lado da tela.

Podemos exemplificar observando o telejornal da mesma data, quando a apresentadora convocou a atenção de todos: “Vamos ver o que é destaque no Jornal Hoje desta segunda-feira com a Sandra Annenberg?” (MGTV 1ª Ed. 07/05/2012). Também neste dia, ao encerrar o jornal, ela diz: “Uma ótima tarde para você. A gente volta a se encontrar amanhã. Tchau!” (MGTV 1ª Ed. 07/05/2012). O compromisso firmado produz o que chamamos de simulacro da companhia. “Amanhã eu me encontro novamente com ela”, pensam os telespectadores.

Em 27 de abril, véspera de feriado de primeiro de maio, dia do trabalhador, a apresentadora anunciou a chamada de bloco da seguinte maneira: “E a seguir a gente vai saber como estão as estradas da região. Você quer passear no feriado? Fique atento, hein, em relação ao movimento e as dicas das Polícias Rodoviárias” (MGTV 1ª Ed. 27/04/2012). O chamamento e a invocação dos telespectadores de casa foram claros assim como aconteceu no dia 12 de abril.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Chegou a hora do “MG Responde”, mas antes a gente gostaria de esclarecer que a TV Integração está tentando resolver um problema no nosso email. Vários telespectadores nos informaram que não conseguiram enviar as perguntas, sugestões de pautas ou imagens por esse novo endereço. Mas através das redes sociais nós mantivemos o contato, então, se você não conseguir se comunicar, tente pelo telefone: 3690-8866 ou pelo *twitter*: @mgtvintegracao (MGTV 1ª Ed. 12/04/2012).

Nesta mesma data, a apresentadora encerrou assim o telejornal:

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): E acabou o MGTV. Você confere as reportagens desta edição no megaminas ponto com. Outras informações durante a tarde nos boletins do Integração Notícia e logo mais no MGTV segunda edição. A gente se encontra amanhã, tchau! (MGTV 1ª Ed. 12/04/2012).

Esse esforço promovido pela co-presença é o “algo mais” tão sonhado pela tevê. É esse algo mais que sugere a interação e, conseqüentemente, a fidelidade da audiência. Além dos exemplos em que há a participação implícita do público em várias partes do telejornal, o

quadro “Você no MGTV” faz referências corriqueiras a quem está em casa e contribui com imagens ou fotos de flagrantes urbanos. Para citar alguns casos, recorremos à edição do dia 27 de março quando a apresentadora começou assim o quadro. “Vamos começar com a participação de vocês aí de casa no MGTV” (MGTV 1ª Ed. 27/03/2012). Em outra edição, do dia quatro de abril, ela encerra o mesmo quadro da seguinte maneira: “E se você também registrou algum flagrante, seja em foto ou vídeo, mande aqui para a gente. Mas, olha, o nosso email mudou, anote aí: mgtv.jf@tvintegracao.com.br” (MGTV 1ª Ed. 04/04/2012). Em função da falta de contato físico, os comunicadores tentam promover no espaço da enunciação esses simulacros onde aconteceria a interlocução. Entre as ferramentas, as referências ao espaço físico doméstico “vocês aí de casa” auxiliam na construção desse efeito tão importante no programa televisivo que tentam anular a distância entre o “cá” e o “lá”.

Um exemplo da aproximação entre o público e o espaço da enunciação aconteceu no dia 27 de abril. Os erros e acertos da transmissão ao vivo reduzem as distâncias subjetivas entre o sujeito autoridade de um programa e os interlocutores que não se encontram fisicamente na cena. Além de conferir autenticidade à transmissão. Nesta edição, houve um erro grave de transmissão. A apresentadora Érica Salazar se comportou assim diante do deslize técnico.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Tai, hoje tem você no MGTV. Moradora do Morro da Glória que não quer se identificar enviou uma imagem. Olha só... opa, cadê a filmagem? Bom, vamos tentar ver isso aí daqui a pouco então. Tem uma filmagem que ela informou sobre a caixa d’água. Olha aí (entram imagens do *link* na piscina do Sesi) Olha aí imagens ao vivo da piscina do Sesi. Tá uma confusão danada, jornal ao vivo é isso aí mesmo. A gente vai daqui a pouco tentar organizar isso aqui. O que a gente vai poder ver agora? Michele, Carlão, minha voz da consciência que ninguém fala comigo hoje. Vamos partir então, que tal ver como está o tempo lá fora? Vamos ver? (preto na tela e imagens da piscina) Vamos então para o intervalo. Daqui a pouco a gente volta (MGTV 1ª Ed. 27/04/2012).

Ficou claro que ela foi vítima de um problema técnico, mas demonstrou autoridade ao tentar conduzir o deslize da melhor maneira possível. Em meio ao caos, ainda revelou os personagens misteriosos que ficam por traz da transmissão direta, o diretor de TV (chamado por ela de Carlão) e a produtora do programa (Michele). Apesar da simpatia, foi evidente em seu rosto a expressão da frustração, o que também contribui para humanizá-la mesmo diante

dos personagens que encena.

6.2.1.2) O estilo da enunciação presente no MGTV 1ª Edição. Quando as personagens da dramaturgia do telejornalismo invadem a cena.

Em uma edição (04/04/2012) ela estava de salto alto – bem alto, meia calça preta, vestido cinza e uma blusa de malha preta por baixo. No noticiário de 27 de abril, o vestido preto foi visto por todos ao final da escalada. Enquanto ela dizia “é o que você vê agora no MGTV 1ª Edição”, o que nós víamos do lado de cá era o pretinho básico com sapato marrom de salto alto, tão comum de cada dez entre dez mulheres. É assim a nova cena de apresentação do telejornal. Adeus ao anonimato das peças de baixo. Agora, elas fazem parte de um figurino que se mostra por completo.

Ao sair detrás da bancada, os apresentadores do telejornal se revelam por completo, dos pés a cabeça. Para elas, blusas, calças, vestidos, saias e sapatos. Para eles, ternos. *Looks* inteiros apreciados por todos. Na estreia do telejornal com o cenário remodelado, o público pode ver a apresentadora Érica Salazar pela primeira vez de corpo inteiro na enunciação das notícias regionais. Camisa de pano verde e calça preta. Para dar o toque final ao visual, sapato de salto altíssimo. Um figurino despojado em comparação aos costumeiros terninhos básicos. Ricardo Ribeiro e Sérgio Rodrigues também ficaram na mira dos curiosos e contribuíram para colocar abaixo a fama de que o apresentador, sentado na bancada, usava bermudas e chinelos. Estavam impecáveis de terno e gravata. Para os mais atentos, a possibilidade de vê-los de corpo inteiro ajudou a reparar a altura de cada um. Quem na enunciação era alto ou baixo.

A novidade em relação à informalidade das roupas seguiu dia após dia no período que compreendeu a análise deste objeto de estudo. Em 29 de junho, por exemplo, a apresentadora vestia calça preta e uma blusa de malha cinza com um detalhe incomum para enunciação em telejornais: renda nos ombros. No dia seguinte, a composição era uma blusa de malha azul e calça preta de boca larga, estilo *fashion*, alheio ao tradicionalismo de outros tempos. No dia 12 de abril, a cor que predominou foi o roxo que coloriu a camisa de pano e o sapato de salto. Por baixo, uma camiseta branca. A calça preta deu o equilíbrio ao figurino.

No noticiário do dia 27 de março, uma surpresa. Contrariando todas as orientações acerca de roupa adequada para o vídeo, a apresentadora surgiu com uma camisa de linha

listrada em tons azuis. Leve, sem provocar confusão na tela, a roupa parecia ter sido tirada do guarda-roupa de qualquer telespectador. A calça preta, o tom foi recorrente mas o corte sempre diferenciado, completou o visual. A peça foi deixada de lado na edição de 27 de junho. A calça que a apresentadora usava neste programa era berinjela. O preto subiu. Ficou na blusa de malha com detalhes na gola.

Os jornalistas que dividem com ela a nova cena seguem o mesmo estilo despojado. Os rapazes do “MGTV Esporte” estão sempre de camisa de malha e jeans. Nos pés, tênis esportivo. As repórteres responsáveis pelos quadros “MG Tec” e “Profissão S.A.”, também adotaram essa informalidade. Cecília Delgado, no dia 27 de março, trajava saia preta na altura dos joelhos e blusa de malha branca.

A maquiagem adotada pela apresentadora não se destaca como as roupas que usa. É sempre discreta, mas com a composição completa: base, sombra, *blush*, delineador e batom. Com exceção do batom, que assume cores distintas, mas sempre discretas, a maquiagem cumpre seu papel de eliminar o brilho da face. Confere ao rosto um toque saudável, mas não compete com a informação.

Com relação ao gestual, a apresentadora Érica Salazar utiliza bastante as mãos como complemento do que enuncia. Vale a pena ressaltar que na primeira fase da pesquisa, o noticiário era exibido com o *script* de papel nas mãos dos jornalistas. No caso específico da apresentadora, a outra mão sempre segurava uma caneta. Na segunda etapa, o *script* foi substituído pelo *tablet* e uma das mãos ficou livre – a caneta tornou-se desnecessária diante do equipamento. A mudança na expressão corporal foi notável.

Dedos cruzados como uma torcedora vibrando por seu time, mãos na cintura demonstrando informalidade, corpo inclinado de maneira casual, mãos que se esfregam diante do frio imaginável, cabelo alinhado ao vivo sem se importar com as câmeras, pernas cruzadas e descruzadas em cena, mãos escondidas atrás do corpo em sentinela, braços que se agitam excitados diante de uma notícia saborosa, dedos indicadores e polegares apontados para si, para frente, para os lados, para os telões e cabeça que se movimenta revelando pensamentos positivos, negativos e assertivos. A apresentadora Érica Salazar se movimenta sempre que necessário. Seus gestos são seguros e decididos. Seus passos conduzem o telespectador para o núcleo de destaque da cena de apresentação – seja ele o telão, o centro do estúdio (onde são exibidos os quadros do programa) ou a bancada. Em alguns momentos ela desempenha o

papel de mocinha, de especialista, de aliada e mediadora. Já o apresentador Sérgio Rodrigues gesticula menos, mas mantém expressões faciais e movimentos de sobrancelhas que o transformam em mediador, mocinho e parceiro do público na enunciação.

Um gesto que se repete em todos os jornais é a troca de olhar. Os apresentadores encenam o tempo inteiro com outro interlocutor, seja ele o repórter que participa do *link* ao vivo, um jornalista ou convidado no estúdio ou o espectador que se encontra do outro lado da boca de cena. Quando um dos jornalistas está no estúdio apresentando quadros como o “MGTV Esporte”, “MG Tec”, “Profissão S.A.” ou “Panorama Rural”, a troca de olhares entre eles é significativa. Nos programas analisados, o apresentador Sérgio Rodrigues aparece em um único noticiário em que não há exibição de quadros no estúdio. Nesse quesito, a análise ficará restrita a apresentadora Érica Salazar.

Salazar atuou como uma personagem cuja função era a de mediadora em vários quadros, gesticulando a cabeça e assentindo o que o colega enunciava. No programa de estreia, em 9 de maio, o repórter Rodrigo Dias enunciava uma cabeça e recebia o olhar da parceira que observava o trabalho dele. Ambos estavam de frente um para o outro, ela olhava para o colega e também estabelecia o olho no olho com a audiência. Juntos, chamaram a atenção do público ao deslocar os olhares para frente mediando a notícia que viria a seguir. A intenção parecia alertar o público para a importância da visita dos dirigentes do América ao Estádio Municipal de Juiz de Fora.

A apresentadora também se mostrou aliada e parceira dos telespectadores quando, no mesmo quadro “MGTV Esporte” do dia 27 de junho cruzou os dedos quando Rodrigo Dias alertava que no próximo domingo poderia sair o campeão da Copa Integração de futebol. “Se der empate ou o XV de Rio Novo, a equipe da casa (Laranjal) comemora o título” (MGTV 1ª Ed. 27/06/2011). Ao ouvir a enunciação do companheiro, Salazar balançou a cabeça concordando com a fala do colega, que se posta como um *expert* quando o assunto é futebol. Ao final da enunciação, ela vibra: “torcedores cruzem os dedos” e manifesta gestualmente o que acabara de dizer. Antes da saída do jornalista, ela ainda despediu-se dele com um aceno, selando a parceria e agradecendo a participação no noticiário que ajudou a construir.

Em vários outros momentos, a apresentadora conduz com gestos, o olhar do telespectador para o foco principal da encenação. Na maioria dos casos, a indicação tem endereço certo, o telão, que também assume a personificação de um mediador. Ele é a ponte

entre o estúdio e a rua. É de lá que boa parte do noticiário é enunciada. Érica Salazar aponta o telão com as mãos, com o dedo indicador e até com o polegar, revelando onde nosso olhar deve estar atento. Ela mostra-se como uma mestre de cerimônias indicando o foco da cena. Exemplos assim foram registrados em todos os noticiários, como no dia 30 de junho. Na volta de um VT, que mostrou a simulação de um acidente de carro, a apresentadora comentou que aquela era uma das atividades pelo dia do bombeiro, comemorado em dois de junho e emendou: “E a gente volta a falar (aponta com o polegar para trás, onde está o telão) sobre isso com Ricardo Ribeiro” (MGTV 1ª Ed. 30/06/2011).

Outra característica observada em excesso é sua inclusão através do gestual como exemplo do que está enunciando, prova de que é aliada e parceira da audiência contribuindo, inclusive, para eliminar as distâncias e instaurar o efeito de presença. Uma busca pela identificação e aproximação. No noticiário de quatro de abril, ela leu dessa forma a cabeça de um VT sobre mineiridade (MGTV 1ª Ed. 04/04/2012):

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Na quarta reportagem da série “Minas é Você”, nós vamos falar como religião, política, esporte e cultura estão presentes na nossa vida e no nosso jeito mineiro de ser (faz gesto com a mão percorrendo o corpo). História de pessoas ilustres como Itamar Franco, José Alencar, Santos Dumont, respeitado em todo o canto do país. Uma identidade que só a gente tem (aponta com o dedo para si mesmo).

O telespectador também é incluído na enunciação e convocado por ela a participar do que acontece na cena de apresentação. Tudo com o auxílio da oralidade e com o complemento da comunicação gestual. No programa de 27 de junho ela se aproximou da audiência ao enunciar que a equipe da emissora acompanhou um ensaio do coral da OAB de Juiz de Fora. “O rigor e a disciplina exigidos explicam porque nós, ouvintes, (com um sorriso, aponta para ela própria) nos emocionamos quando assistimos apresentações desse tipo (sorriso no rosto e aponta para o telão)” (MGTV 1ª Ed. 27/06/2011). Em 27 de março, ela também chamou a atenção do público ao enunciar uma nota: “Você reparou (mãos para frente apontando o telespectador) que nosso ponto de vivo está no Parque Halfeld e hoje uma árvore foi cortada de manhã lá também, no centro de Juiz de Fora” (MGTV 1ª Ed. 27/03/2012).

O quadro “Você no MGTV” reproduz essa postura de personagem parceira o tempo inteiro por meio do texto e dos gestos. Para citar um exemplo, o quadro que foi ao ar no dia 27 de março contou com esse enunciado: “Vamos começar com a participação de vocês aí

(aponta para a frente em um lugar imaginado por ela onde se encontra o telespectador) de casa no MGTV” (MGTV 1ª Ed. 27/03/2012).

A naturalidade dos gestos também foi registrada durante os onze programas. No noticiário de 27 de abril, ela tirou a franja que caía na testa sem interromper a enunciação. No mesmo dia, ela inclinou o corpo para o lado e apoiou o cotovelo na bancada para ouvir a informação vinda da rua. Em 29 de junho, ela esfregou as mãos ao tentar imaginar o frio sofrido pelos bombeiros durante a travessia a nado na represa Doutor João Penido. Na edição do dia seguinte, cruzou os braços enquanto acompanhava uma entrevista ao vivo feita pelo repórter Ricardo Ribeiro e o presidente da Conferência Municipal do Idoso, Márcio Borges. Também em 27 de abril cruzou as pernas (mesmo de pé) enquanto chamava um vivo e manteve-se nessa posição até que o repórter devolveu a ela o poder de fala.

A informalidade nas cenas auxilia na construção de uma personagem baseada na verossimilhança. Ao agir naturalmente, os apresentadores desconstróem toda e qualquer distância estabelecida entre o enunciador e o enunciatário, contribuindo para que a mensagem seja conduzida com leveza.

Em quatro de abril, a apresentadora enunciou um material que abordava a necessidade ou não de guardar as contas por muito tempo após o pagamento, com gesticulação intensa. Mas os gestos complementavam o que dizia com muita naturalidade. Até as mãos na cintura, postura incomum nos telejornais, identificamos nesta enunciação.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Papéis e mais papéis (gesticula demonstrando quantidade). Eles fazem parte do nosso dia-a-dia, né? São contas a pagar recibos e notas fiscais. Mas será (coloca mão na cintura) que é preciso guardar tudo isso mesmo? Veja no quadro (aponta com o polegar para o telão) a casa da gente de hoje.

Comprendemos que essa naturalidade a faz ficar próxima do telespectador. A informalidade e a representação dos gestos corriqueiros do dia-a-dia a transformam em uma aliada da notícia, uma parceira da informação, “gente como a gente”.

O apresentador Sérgio Rodrigues também assumiu a encenação do parceiro ao receber no estúdio, no dia 26 de maio, o jogador de futebol Túlio Maravilha. Durante a entrevista, Sérgio sorriu, balançou a cabeça assertivamente e, ao final, despediu-se do atleta com um cumprimento no melhor estilo “*brother*”, com as palmas se encontrando e emendando com um “soquinho” de mãos.

Durante a segunda fase da análise deste objeto de estudo, percebeu-se que a apresentadora, por meio de gestos, adotou uma maneira informal de se despedir ao final do noticiário estabelecendo de vez a parceria entre a personagem que desempenha e o público. Mãos erguidas na altura do peito e o aceno que complementa a maneira informal de dizer que o programa acabou: tchau.

Nas expressões faciais, os apresentadores do MGTV 1ª Edição revelam-se preocupados, sorridentes, sérios, indignados, irônicos, felizes, relaxados, compenetrados, descontraindo, espantados, incrédulos, perplexos e decepcionados. Uma diversidade de expressões que revela a riqueza dos variados personagens que interpretam durante a enunciação do telejornal. A apresentadora Érica Salazar demonstrou um semblante preocupado ao falar, no jornal de estreia, sobre a greve dos médicos. Aqui, ela pode ser analisada como uma parceira das vítimas que sofrem com o problema que, na época, completava uma semana. A solidariedade ao enunciar a notícia a aproxima da audiência.

A seriedade se manifestou em matérias consideradas por ela como preocupantes. É o caso da matéria que revelou o número de acidentes no feriado (27/06), a falta de segurança nos bairros, prisão de um adolescente, presos que aguardavam a transferência, depoimento do goleiro Bruno, a transferência do ex-presidente Itamar Franco para a UTI do hospital Albert Einstein, em São Paulo, e a discussão sobre a guarda municipal, todos os materiais foram exibidos no dia 28 de junho. Em vários outros momentos do noticiário, Salazar manifestou a mesma expressão de seriedade e preocupação. A postura também a posiciona na função de delegada ao se transformar em representante dos cidadãos e demonstrando preocupação com a vida social.

O contraponto é quando a apresentadora sorri e gargalha em vários trechos do programa, como na estreia, ao falar sobre o novo cenário. Ao dizer que se sentia muito à vontade na cena, fala ilustrada com sorrisos, ela deu demonstrações de ter se beneficiado com a mudança e consegue, dessa maneira, o apoio do público à novidade. Apesar da informalidade nesses casos, Érica Salazar também encarnou a personagem da mocinha ao manifestar-se indignada com algumas posturas. Exemplo foi registrado no dia 28 de junho. “Presos na delegacia de Patos de Minas, no Alto Paranaíba, esperam transferência acorrentados. (a expressão facial demonstra indignação) Como o prédio estava em péssimas condições a carceragem teve que ser desativada” (MGTV 1ª Ed. 28/06/2012). Na edição de 27

de março, também houve indignação ao ler a notícia de que um bairro de Muriaé, na Zona da Mata, com cerca de 700 pessoas estava sem rede de captação de águas pluviais. O medo, segundo ela, era que os barrancos desmoronassem durante as chuvas.

A ironia foi registrada no dia 29 de junho quando contou ao público que, em São João Del Rei, também na Zona da Mata, a polícia apreendeu 76 pedras de crack dentro de um ursinho de pelúcia. Na classificação da dramaturgia do telejornalismo, Coutinho (2012) revela que sempre há um contraponto entre o vilão e o mocinho. Esta enunciação é um exemplo dessa referência. Enquanto questiona a ação do bandido, a apresentadora toma a postura da mocinha que condena a atitude dos suspeitos.

A mocinha volta a entrar em cena ao manifestar-se com expressão de felicidade e alegria no noticiário de 27 de março. Ela anuncia como atração para o próximo bloco o exemplo dado por algumas crianças, estudantes de Juiz de Fora, que foram para as ruas ensinar as pessoas a combater a dengue. Mais uma vez, a valorização da atitude dos alunos, e sua postura solidária a colocou ao lado das pessoas “de bem”, aliada das ações politicamente corretas.

O espanto e a incredulidade ao noticiar alguns assuntos também a posicionam como mocinha, dentro da proposta articulada por Coutinho (2012). No dia quatro de abril, ela demonstrou na expressão facial não acreditar no que lia (MGTV 1ª Ed. 04/04/2012).

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): O homem acusado de matar um rapaz a pauladas no bairro Bandeirantes, na semana passada, em Juiz de Fora, confessou o crime. De acordo com a Polícia Civil, o técnico em enfermagem contou em depoimento que agrediu porque a vítima teria perturbado seu sono (incrédula) durante toda a noite e que ele teria ficado irritado e na manhã foi tirar satisfações.

No mesmo dia, a apresentadora mostrou-se espantada com as reclamações dos moradores de um bairro em Barbacena, na Zona da Mata, que estariam convivendo com buracos, lixo e esgoto a céu aberto. Em função disso, os bichos estavam aparecendo dentro de suas casas. A solidariedade expressa em seu rosto a aproxima do público que identifica na jornalista a figura da mocinha solucionadora de seus problemas e a delegada de olho nos direitos dos cidadãos.

Situação semelhante ela protagonizou no noticiário de 27 de abril. Enquanto era veiculado um material sobre guerra entre gangues, na volta do VT, a apresentadora ocupava a

posição de delegada: mãos na cintura, indignada com as imagens que viu, provavelmente, sentimento compartilhado pelos telespectadores que assistiram à exibição dessa reportagem.

6.2.1.3) O deslocamento em cena e a queda da bancada

Um tabuleiro de xadrez. A nova cena de apresentação do MGTV 1ª Edição possui oito marcações de cena²⁰. Um tabuleiro com oito casas. No xadrez, a peça mais importante é a Rainha. No novo cenário, várias peças ocupam essas marcações, essas casas, mas apenas uma delas circula, se movimenta é a autoridade máxima com poder de distribuição da informação. As demais entram e saem sem que ninguém veja seu posicionamento ou seu reposicionamento. Apenas a Rainha se desloca entre as casas. Apenas os apresentadores circulam entre as marcações.

Até mesmo a bancada é retirada de cena sem que ninguém perceba²¹. Sem *glamour*, sem aplausos da plateia ou suspiros da audiência. Ela apenas sai para facilitar os deslocamentos e os posicionamentos nas marcações. Para deixar a Rainha, ou melhor, os apresentadores, circularem melhor pelo cenário.

A circulação dos apresentadores na nova cena de apresentação é segura. A exceção foi registrada na estreia, talvez ainda pela inexperiência diante do cenário²². Em nove de maio, durante o quadro “MGTV Esporte”, a apresentadora sentou-se em um dos banquinhos, ao lado do colega Rodrigo Dias, para enunciar as atrações esportivas. Ao encerrar a participação, ela levantou-se do adereço de cena e caminhou em direção ao telão para anunciar o próximo VT. No entanto, a caminhada ficou incompleta sendo perceptível no ar a insegurança do movimento.

Nos demais jornais, essa postura não se repetiu. A apresentadora circula de um canto a outro, de frente, de lado e de costas para o público. O mesmo acontece com o apresentador Sérgio Rodrigues, embora sua movimentação seja mais lenta que a da colega. Em alguns momentos, os apresentadores revelam-se de corpo inteiro derrubando o papel do personagem

²⁰ Vamos especificar melhor esse tema quando avaliarmos o segmento Colocação em Cena da Análise de Texto e falarmos sobre a estrutura espacial da transmissão. Em nossa concepção, o novo cenário se divide em oito marcações de cena por onde acontece todo o enunciado do telejornal.

²¹ Acompanhamos a exibição ao vivo do telejornal no dia 28 de novembro de 2012, direto do estúdio, na sede da emissora, no bairro Mariano Procópio, em Juiz de Fora. Durante a observação, verificamos que os cinegrafistas retiram a bancada de cena em determinados momentos do programa ou a deslocam da posição original. Ninguém percebe no ar, mas o fato foi registrado por nós, inclusive, em fotos. O objetivo é facilitar a circulação da apresentadora e o enquadramento em determinados quadros.

²² Em entrevista, Érica Salazar, que apresentou o programa de 09/05/2011, nos contou que não houve um piloto antes da estreia do novo cenário. Ela conheceu o espaço cênico minutos antes do telejornal entrar no ar.

misterioso há muito interpretado enquanto mantinham-se posicionados atrás da bancada, sem chance do telespectador visualizá-los de cima em baixo. A personagem que ficava escondida atrás da bancada agora deu lugar aos mediadores da nova cena em constante deslocamento. O corpo inteiro dos apresentadores pode ser visto em alguns momentos durante o noticiário. Na abertura, logo após a escalada, e no encerramento, a regra é enquadrá-los da cabeça aos pés para revelar a amplitude do cenário. Já os jornalistas participantes dos quadros e os convidados, podem ser vistos de corpo inteiro quando ocupam o centro do cenário, junto aos apresentadores.

Sérgio Rodrigues e Érica Salazar fazem constantes movimentos com seus corpos. Eles mediam e comandam o que vai entrar no ar ao deslocar nosso olhar para a trajetória que descrevem durante a caminhada. Se a atração vai surgir em um dos telões, eles se deslocam para lá. Se o foco estiver no centro do estúdio, o mesmo acontece e assim sucessivamente. Analisando a distância que o moderador mantém com o outro sujeito participante da cena, a posição ocupada pelo apresentador é a de comando. É a partir dele que acontece a distribuição da cena. O mestre de cerimônia em cena dita quem vai enunciar. Até quando caminham de lado, mantendo o olho no olho da audiência, para depois, virarem-se de costas (de frente para o telão) os apresentadores sugerem que nossa visão fique focada neles e, em seguida, volte-se para a tela.

Deslocamentos de lado aconteceram em todos os programas. Os apresentadores também deram as costas para o público em todos os noticiários, sem exceção. No entanto, eles conseguem, sempre que for preciso, chamar a atenção do telespectador virando-se para frente novamente. Foi o caso do programa do dia 28 de junho. Durante uma participação ao vivo do repórter Ricardo Ribeiro, a apresentadora Érica Salazar virou de costas para as câmeras a fim de ouvir o que estava sendo dito das ruas. O jornalista devolveu a fala para Salazar informando que daqui a pouco continuaria a entrevista, antes, porém eles tinham um exemplo de fora para assistir a respeito da Guarda Municipal. “Isso mesmo, Ricardo (vira-se para o público para que as pessoas passem a prestar atenção no que ela estava dizendo). Na verdade, é uma alternativa que Uberaba, no Triângulo, está desenvolvendo” (MGTV 1ª Ed. 28/06/2012).

Outro exemplo de como os apresentadores conduzem a conversa com auxílio dos deslocamentos fazendo a ponte entre o estúdio, a rua e o espaço onde se encontra o

telespectador foi verificado no dia 27 de março. A interseção que colocou os três elementos significantes de sentido em um só espaço ocorreu durante um vivo conduzido por Ricardo Ribeiro. Eles falavam sobre o exemplo dado pelas crianças no combate a dengue²³. Érica Salazar, que estava de costas para o público e de frente para o repórter, comentou o episódio da seguinte maneira (MGTV 1ª Ed. 27/03/2012):

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Ricardo, a gente tem falado muito sobre o jovem, inclusive este é um horário em que as escolas de Juiz de Fora se encontram aí, esses estudantes se encontram no Parque Halfeld. Inclusive eles adoram (coloca uma das mãos para cima e balança, como fazem as crianças ao passar diante de uma câmera) ficar aí atrás de você. Agora, (vira-se para o telespectador) nada como as crianças para darem os bons exemplos (volta a atenção para o Ricardo).

RICARDO RIBEIRO (repórter): Tomara que eles peguem esta reportagem, esse exemplo das crianças. Na hora de brincar, brincar e na hora de ser sério, ser sério.

Ambos deram o bom exemplo, são os mocinhos da cena. Assumiram também as personagens de vítimas dos intitulados vilões da cena: os estudantes que passam tentando atrapalhar a reportagem. Os telespectadores, que já estavam conectados com a enunciação, foram convocados a prestar ainda mais atenção na apresentadora pelo simples giro de seu corpo.

O deslocamento da apresentadora ainda permite que ela utilize o cenário para contracenar com ela. Em alguns noticiários ela apoia a mão na bancada (27/06, 30/06, 27/03), apoia o *script*/Ipad no acessório (29/06, 12/4) ou coloca os cotovelos na bancada (27/04). A informalidade desses movimentos faz com que tudo seja interpretado de maneira natural. Ou seja, os deslocamentos feitos pelos apresentadores são os que fazemos no dia-a-dia quando contamos um “caso” para alguém. São corriqueiros e fazem parte do cotidiano de quem assiste ao telejornal.

Já os jornalistas responsáveis pelos quadros do programa não se deslocam do centro do estúdio. São mantidos estáticos mesmo quando estão de pé ou sentados nos banquinhos. Com os convidados especialistas acontece o mesmo. As câmeras sempre enquadram os convidados já sentados. A exceção aconteceu na edição de 26 de maio durante a entrevista com o jogador Túlio Maravilha. Ele caminhou em direção ao apresentador Sérgio Rodrigues para, depois, sentar-se no banquinho.

²³ No vivo anterior, também realizado direto do Parque Halfeld, centro de Juiz de Fora, vários alunos haviam passado na frente do vídeo levantando as mãos para chamar a atenção sobre a presença deles no local. Apesar do incidente, a entrevista feita com o psicanalista José Eduardo Amorim não foi comprometida.

6.2.2) O coloquialismo presente nos textos do MGTV 1ª Edição

Para os autores italianos Casetti e Di Chio os textos verbais possuem um estilo de linguagem que pode ser facilmente observado na Análise do Texto. No caso específico deste objeto de pesquisa empírica, o estilo da linguagem presente no MGTV 1ª Edição é a do português correto, mas observamos uma série de coloquialismos nos programas analisados, algo bem próximo da fala cotidiana do cidadão comum. O jornal de estreia que trouxe a nova modalidade de apresentação do telejornal foi marcado pelo tom da conversa em estilo casual. Exemplo foi o diálogo entre a apresentadora Érica Salazar e o repórter Rodrigo Dias (do quadro “MGTV Esporte”). Após a exibição de uma nota coberta sobre o troféu Maria Lenk de natação, competição em que uma juizforana apresentou resultados bastante satisfatórios, a apresentadora traçou o seguinte diálogo com o jornalista:

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Muito bacana os resultados da Larissa, bacana também o novo cenário do MGTV. Gostou? A gente ta mais a vontade, né?

RODRIGO DIAS (repórter): Com certeza.

A informalidade é sempre verificada quando há a presença de alguém no estúdio dividindo a cena com os apresentadores ou durante os vivos realizados pelos repórteres na rua. Nesses momentos, percebe-se o tom dialógico e a articulação ao contracenar com o outro. O quadro de esportes contribui para esse clima. No jornal do dia 27 de junho, em que o “MGTV Esportes” foi apresentado por Rodrigo Dias, ao falar sobre a Copa Panorama de futebol regional, antes mesmo de enunciar a cabeça da matéria, a apresentadora Érica Salazar se dirigiu assim ao colega: “Deu quinze na primeira partida da decisão da Copa Paronama de futebol regional. E o Rodrigo Dias já está aqui no estúdio. Rodrigo, quer dizer então que quem tá com a bola toda é Rio Novo?” (MGTV 1ª Ed. 27/06/2011).

Neste mesmo jornal, na volta do VT que mostrou os gols da primeira partida da final da Copa Panorama de futebol, a apresentadora se antecipou ao ver as imagens mostradas no telão:

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): E foi um golaço mesmo, né, Rodrigo?

RODRIGO DIAS (repórter): Foi, foi um golaço sim, Érica.

No dia 28 de junho, no quadro Panorama Rural, com a jornalista Viviane Novaes, ao

anunciar a chegada de um novo programa na grade de programação da emissora, ela e a apresentadora anunciaram o fato desta maneira (MGTV 1ª Ed. 28/06/2011):

VIVIANE NOVAES (repórter): Olha só, Érica, vem novidade por aqui, viu, na TV Panorama.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): (sorri) Oba!

VIVIANE NOVAES (repórter): O quadro Panorama Rural que há dez anos é apresentado aqui no MGTV vai virar um programa, viu?

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Assunto é que não vai faltar, né, Viviane?

VIVIANE NOVAES (repórter): Não...nossa região é rica em pautas agropecuárias.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Sim!

VIVIANE NOVAES (repórter): O programa vai se chamar Panorama Rural.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): (sorrindo, gesticulando e apontando para a Viviane): Com a sua supervisão, é claro, sabe tudo de agropecuária. E nossa região merece.

VIVIANE NOVAES (repórter): Com certeza.

Durante uma participação ao vivo, no noticiário do dia 30 de junho, direto de Ubá, na Zona da Mata mineira, o repórter Inácio Novaes estava ao lado do entrevistado Bráulio Hilário, da divisão de eventos da Prefeitura daquela cidade. Antes de passar a voz ao colega, Érica entregou o poder de fala a ele com uma pergunta bastante coloquial: “O que vai ter de bom aí pra gente?” Ela se referia às atrações da programação que iria comemorar o aniversário de Ubá.

Já na segunda fase da pesquisa, no jornal do dia 27 de março, o quadro “Profissão S.A.” com a jornalista Cecília Delgado, trouxe como um dos assuntos de destaque, a produção de ovos de chocolate caseiro. A apresentadora anunciou a chegada da atração da seguinte forma (MGTV 1ª Ed. 27/03/2012):

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): E aí sim, chegou a hora da gente adoçar um pouquinho a nossa vida e também, porque não, a vida do Profissão S.A., não é isso, Cecília? Porque é sinônimo de prazer e eu adoro um chocolatezinho.

CECÍLIA DELGADO (repórter): Pois é, nessa hora é até tentação falar de chocolate porque quem diria que o “Profissão S.A.” ia ficar muito saboroso hoje, né? (Érica gargalha durante todo o texto da colega).

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): E dá uma vontade, né? Fico imaginando o cheirinho. Ainda bem que televisão ainda não tem cheiro para passar.

CECÍLIA DELGADO (repórter): E como são bonitos esses ovos de colher.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Muito legal.

Na volta do VT, as duas voltam a dialogar de maneira informal para enunciar o próximo material exibido no jornal (MGTV 1ª Ed. 27/03/2012):

CECÍLIA DELGADO (repórter): E a gente tem que ter muita moderação nessa hora (Érica ri). E agora já que o quadro é sobre profissão a gente vai falar também sobre como essa habilidade, esse senso de oportunidade podem se transformar numa carreira ou numa oportunidade de mercado de trabalho. E a gente vai voltar a falar com o Ricardo (Ricardo Ribeiro, repórter responsável pelo vivo na edição analisada). E aí, Ricardo, depois dessa tentação toda, quais são os cursos que dão oportunidade para novos conhecimentos. Quem está aí com você?

RICARDO RIBEIRO (repórter): É o André Carvalho, diretor do Senac de Juiz de Fora.

Ricardo faz a entrevista normalmente, mas, ao final, brinca com as apresentadoras (MGTV 1ª Ed. 27/03/2012):

RICARDO RIBEIRO (repórter): Você imagina Érica, você fazendo e Cecília também, fazendo o chocolate e já comer para experimentar. Vai ser uma festa no sábado, hein?

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Isso não vai dar certo não.

CECÍLIA DELGADO (repórter): Eu certamente vou à falência.

Todo o diálogo final foi feito entre risos e descontração demonstrando o estilo informal na condução de partes do telejornal. Esse clima ameno favorece a redução da distância entre a cena enunciativa e a recepção. O público é projetado e inserido no cenário e, provavelmente, dialoga inconscientemente com os comunicadores uma vez que identificam neles traços semelhantes aos que possui, como a paixão por chocolates, por exemplo.

Outro estilo frequentemente repetido ao longo das edições é o da redução coloquial de algumas palavras, entre elas, para, para o, está, para as expressões usuais no dia-a-dia como “pra”, “pro”, “tá”. Na edição de 28 de junho, a apresentadora enunciou a cabeça de um VT sobre o benefício da música no aprendizado das escolas da seguinte maneira (MGTV 1ª Ed. 28/06/2011):

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Bom, dizem que a música faz bem pra alma e também “pro” cérebro. Mas, olha, aprender música requer conhecimentos de outras disciplinas como a matemática. Uma escola pública de Juiz de Fora está desenvolvendo um projeto de iniciação

musical e já “tá” conseguindo bons resultados, viu?

Na edição do dia seguinte, novamente a apresentadora fez referências coloquiais no trato com o telespectador e com a repórter Camila Saenz, do quadro “MG Tec” (MGTV 1ª Ed. 29/06/2011):

CAMILA SAENS (repórter): Antes de encerrar a participação, gostaria de lembrar que, como toda semana, já tem promoção rolando no *Twitter* exclusiva para os seguidores da TV Panorama. É só acessar e participar.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Oba, “vamo” acessar e participar.

Também na edição de 12 de abril, o repórter Inácio Novaes estava no estúdio para apresentar o “MGTV Esporte” em dois tempos – uma no primeiro bloco e a outra no terceiro. Ao encerrar sua participação na primeira etapa ele anunciou que voltaria para falar mais sobre futebol e a Copa Integração de natação. O diálogo entre ambos foi transcrito assim (MGTV 1ª Ed. 12/04/2012):

INÁCIO NOVAES (repórter): Eu falo daqui a pouquinho, Érica.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Tá certo, tá combinado, eu te espero Inácio.

Já no programa de 27 de abril, logo após a falha técnica no noticiário que impediu uma entrada ao vivo e a exibição de um material gravado, a apresentadora Érica Salazar chamou o intervalo e, na volta, abriu o terceiro bloco com a seguinte enunciação: “Agora sim, ‘vamo’ ‘voltá’ a ‘falá’ da piscina do Sesi. Vamos falar com os nossos repórteres que vão participar da cobertura da Copa Integração de natação. Boa tarde, Ricardo” (MGTV 1ª Ed. 27/04/2012).

Nesta mesma edição, durante a chamada do “MG Rural” que iria ao ar no dia seguinte, a apresentadora “visitou” o estúdio do programa. Ela e o apresentador Márcio Santos elencaram as atrações, entre elas, imagens do Alto Paranaíba. Lá, os fazendeiros estavam comemorando a produção de feijão que contribuiu para elevar os preços do grão. Bem informalmente, eles travaram o seguinte diálogo que começou com um comentário da apresentadora (MGTV 1ª Ed. 27/04/2012):

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): E eu tô sabendo também, Marcio, que o Brasil é um dos maiores produtores de feijão do país.

MÁRCIO SANTOS (apresentador): Exatamente. Minas Gerais é o terceiro maior produtor. Tá bem informada, hein?

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Ó, tô ligada...

A introdução de expressões populares e algumas gírias promove o processo de identificação com o público. O diálogo que expõe alguma intimidade dos apresentadores também pode alcançar o mesmo resultado. Márcio Santos chamou a atenção da apresentadora Érica Salazar ao abordarem a 78ª edição da Expozebu (ilustrada com imagens do gado) (MGTV 1ª Ed. 27/04/2012):

MÁRCIO SANTOS (apresentador): Olha só os animais, Érica. Gigantes.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Nossa, que gigante.

MÁRCIO SANTOS (apresentador): O programa “tá” imperdível.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Promete...e promete muito! É Expozebu, é feijão...

MÁRCIO SANTOS (apresentador): Vamos ver se em breve a gente vai para lá comprar um gado Nelore, né?

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): ô, Márcio. Vou ter que trabalhar muito. Eu prometo que vou trabalhar mais, mas não sei se vou chegar lá não.

MÁRCIO SANTOS (apresentador): A gente monta uma cooperativa e a gente consegue resolver isso.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Márcio, muito obrigada. Foi um prazer. Adorei conhecer a sua casa.

MÁRCIO SANTOS (apresentador): Venha mais vezes. Na próxima eu prometo uma surpresinha para você.

ÉRICA SALAZAR (apresentadora): Ô meu Deus não sei se é “pra” rir ou “pra” chorar, hein? “Vamo” torcer “pra” ser uma coisa boa. Obrigada, Márcio.

Em ambas intervenções, os apresentadores gargalharam em vários trechos das falas, reforçando a leveza e a informalidade do texto. A informalidade também foi registrada na edição de 28 de junho quando o repórter Ricardo Ribeiro devolveu a fala ao estúdio. Érica Salazar recebeu o comando do colega fazendo um comentário. “Tá vendo aí o Ricardo tá todo elegante, de pulôver. A terça-feira amanheceu com frio de bater o queixo no sul de minas” (MGTV 1ª Ed. 28/06/2011).

A informalidade ao conduzir determinados assuntos também pode ser verificada na maneira como a apresentadora se dirige aos colegas. Para ela, Sérgio Rodrigues é o Sérgioinho (como já citado anteriormente e observado no programa de estreia). Já a repórter Camila Saenz ganha um diminutivo carinhoso e vira Camilinha na cena. Esses comportamentos

transformam a cena de apresentação em uma extensão do ambiente familiar, uma vez que são reproduzidos no estúdio os comportamentos adotados por nós no dia-a-dia.

6.2.3) As marcações teatrais no telejornal: a Colocação em Cena decreta o fim da bancada no noticiário televisivo

No esquema de leitura proposto pelos autores italianos Casetti e Chio (1999) para a Análise Textual, a Colocação em Cena é um dos pontos mais preciosos da pesquisa porque trata, efetivamente, da queda da bancada e a relevância assumida pelo acessório na nova cena de apresentação do telejornal. Neste tópico, observaremos a estrutura espacial da transmissão – a ambientação e as modalidades de representar o contexto enunciativo, inspiradas no teatro, no salão, na praça ou até mesmo no mercado, conforme teorizam os autores (CASSETTI & CHIO, 1999, p.254). Nossa intenção é verificar de que forma os apresentadores utilizam o espaço cenográfico para se comunicar.

Durante a análise dos onze programas que fazem parte do corpus empírico desta pesquisa, percebemos claramente a marcação das cenas na enunciação do MGTV 1ª Edição. Conforme descrito anteriormente, o cenário é composto por dois telões, uma bancada, dois banquinhos e uma cerquinha localizada do lado oposto ao ponto destinado à bancada. Espalhados nos cinco metros quadrados de estúdio, esses elementos podem ser distribuídos harmoniosamente e gerar dezenas de enquadramentos. Com base em nossa observação, identificamos que os apresentadores do telejornal circulam intensamente na nova cena, mas essa movimentação inicia-se de um ponto parado e só termina em outro. Após assistir criteriosamente as edições, verificamos que a enunciação acontece de oito pontos do cenário, ou seja, oito marcações de cena.

A primeira delas, apontada pela pesquisadora como marcação um²⁴, fica atrás bancada. Ela foi nomeada como número um devido à importância assumida pela bancada desde o início da trajetória do telejornalismo. Em todas as marcações, há duas possibilidades de enquadramento: *take* aberto (expondo um pouco mais os detalhes da marcação) ou fechado em plano médio, na altura do tórax dos apresentadores.

²⁴ As fotos que ilustram as marcações foram tiradas durante a exibição ao vivo do jornal e também contaram com o auxílio da apresentadora Érica Salazar que posou para algumas delas.



Figura 15 - Marcação 01 com a apresentadora mantendo o olho-no-olho.
 Figura 16 - Marcação 01 com o foco voltado para o telão. Costas para o público.

A segunda marcação fica um pouco atrás da bancada, no espaço ao lado do telão lateral. A enunciação acontece nesta área quando há uma mediação entre a apresentação e o repórter que está na rua no *link* ao vivo. Os telões também são utilizados em alguns momentos para disparar a primeira imagem do material a ser exibido, seja ele um VT, uma nota coberta ou uma locução ao vivo.

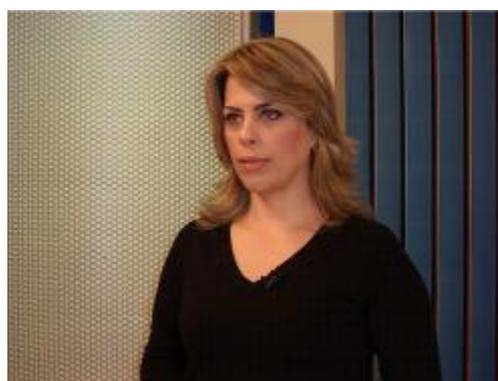


Figura 17 - Marcação 02 em take aberto. Apresentador fica de frente, de lado ou de costas para a câmera.

Figura 18 - Marcação 02 com enquadramento fechado.

A marcação de número três fica do lado direito do telão central (lado esquerdo sob a perspectiva da audiência) e também é utilizada para os *links* ou para que os apresentadores acompanhem a exibição de algum material.



Figura 19 - Marcação 03 e a atenção voltada para o público.
 Figura 20 - Marcação 03 à espera da entrada do material gravado ou *link* da rua.

A quarta marcação observada durante a pesquisa fica no centro do estúdio. É desta posição que acontecem as exibições dos quadros do MGTV 1ª Edição. Os convidados também se postam no meio do cenário para falar sobre determinado assunto.



Figura 21 - Marcação 04 com enunciadores de frente para o público.
 Figura 22 - Marcação 04 com as atenções voltadas para o telão.



Figura 23 - Marcação 04 e o enquadramento fechado na apresentadora.
 Figura 24 - Marcação 04 e o enquadramento fechado no especialista.

A marcação cinco está localizada do outro lado do telão central (lado direito sob a perspectiva do público).



Figura 25 - Marcação 05 e a atenção voltada para o telão.

Figura 26 - Marcação 05 e o enquadramento fechado na apresentadora.

A marcação seis fica onde tradicionalmente é posicionada a cerquinha²⁵, inclui uma moldura com fotos das cidades da Zona da Mata e Vertentes.



Figura 27 - Marcação 06 com o enquadramento aberto.

Figura 28 - Marcação 06 com o enquadramento fechado.

A marcação sete foi identificada como à frente da bancada, do lado esquerdo de quem assiste ao telejornal. Desta posição, os apresentadores também estabelecem contato com a rua uma vez que fica bem perto do telão lateral.

²⁵ No programa do dia 27 de abril, a cerquinha foi colocada em cena abaixo do telão central.



Figura 29 - Marcação 07 com enquadramento aberto.

Figura 30 - Marcação 07 com enquadramento fechado.

Figura 31 - Marcação sete com a atenção da apresentadora voltada para o telão.

A oitava e última marcação também fica na frente da bancada, do lado direito de quem olha para a televisão. Por aqui também há possibilidade de os apresentadores se encaminharem para o telão central ou virar o corpo para desviar a atenção para o telão lateral.



Figura 32 - Marcação 08 com o olhar voltado para o público.

Figura 33 - Marcação 08 e a cabeça virada para o telão.

Após a identificação das marcações, passamos a observar o tempo gasto pelos apresentadores para enunciar as atrações do telejornal a partir de cada espaço do estúdio. Somamos o tempo das cabeças (essa conta não inseriu o tempo dos materiais, apenas da enunciação feita pelos apresentadores) enunciadas em cada marcação. A soma da enunciação feita em cada marcação por telejornal analisado nos permite verificar percentualmente o peso de cada parte do cenário na nova cena de apresentação.

Na edição de estreia, a apresentadora Érica Salazar permaneceu durante muito tempo atrás da bancada, que significou 30,3% do tempo enunciado foi feito a partir da bancada. As cabeças foram ditas na marcação dois durante 2,9% do programa. Da marcação três, 0,4% do enunciado foi exibido deste ponto. A marcação quatro abrigou a maior parte do MGTV 1ª Edição: 61,7%. Esse índice é justificado pelas presenças de Ricardo Ribeiro e Sérgio

Rodrigues no estúdio. Eles permaneceram lá por bastante tempo explorando o cenário reformulado. Em nenhum momento, a apresentadora Érica Salazar ou os colegas passaram pela marcação cinco, sete e oito. Da marcação seis, eles enunciaram 4,7% do telejornal, inclusive, com a presença de Sérgio Rodrigues sentado informalmente na cerquinha.

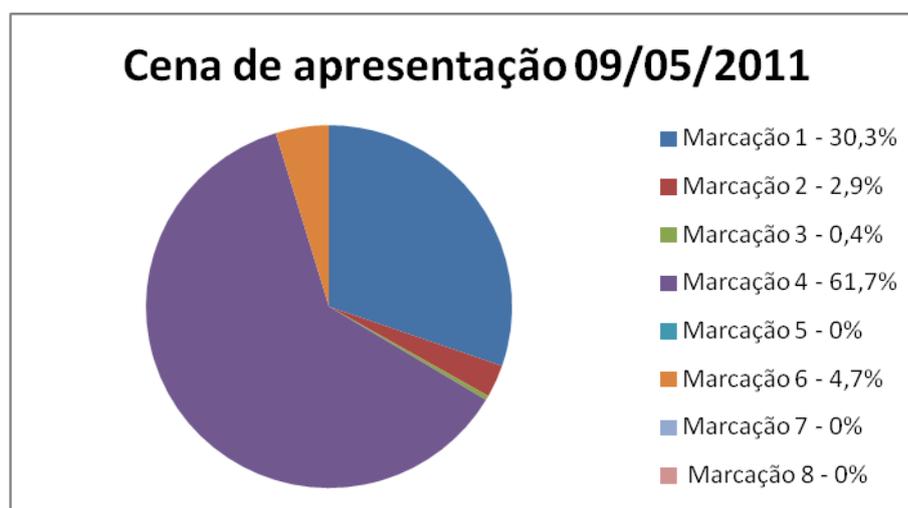


Gráfico 4 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 09/05/2011

Na edição de 27 de junho, 48 dias após a estreia, a estrutura espacial do cenário foi utilizada sem que uma única cabeça fosse enunciada a partir da bancada. Já a marcação dois, que estabelece contato com a rua, recebeu 22% do tempo das enunciações. A marcação três que também faz a conexão com a rua sediou 19% das cabeças. A marcação quatro, que abrigou, neste dia, o quadro “MGTV Esporte”, ficou com 23,1%. A posição cinco, que também interliga os espaços enunciativos (rua e estúdio), foi responsável por 22,8% da enunciação. Já a marcação seis, 5,4%. Nenhum material foi enunciado da sete e 3,3% do noticiário saiu a partir da marcação oito. Este noticiário, o segundo da primeira fase da pesquisa, deu mostras de que a bancada começava a perder sua importância na enunciação.

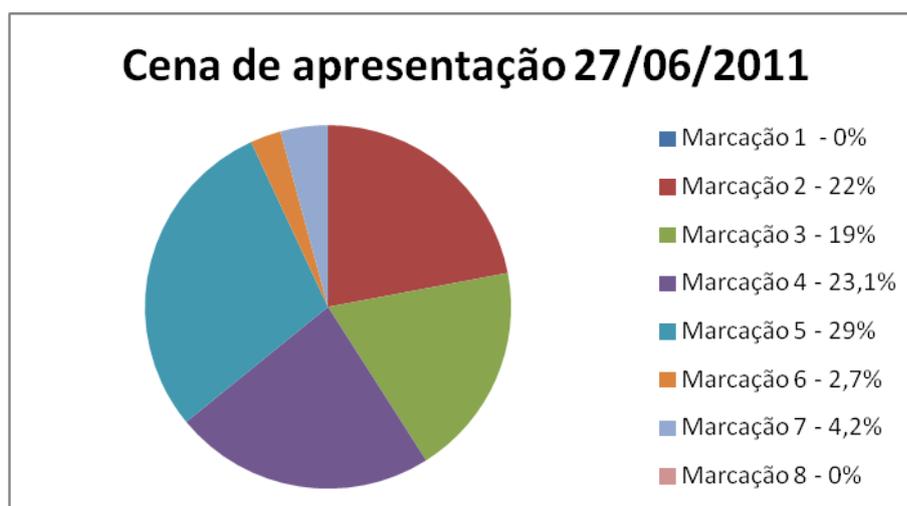


Gráfico 5 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 27/06/2011

Na edição de 28 de junho, o telejornal foi enunciado a partir da bancada em apenas 0,8% do tempo total das cabeças. Já a conexão da apresentadora com o telão marcou 33,2% da enunciação. Nenhum material foi veiculado a partir das marcações três e sete. Da quatro, saíram 34,6% das atrações do jornal. Neste dia, o programa recebeu a presença da jornalista Viviane Novaes e o quadro “MG Rural”. Na marcação cinco, foram feitas 22,8% das cabeças. A partir da seis, 5,4% e da oito 3,3%.

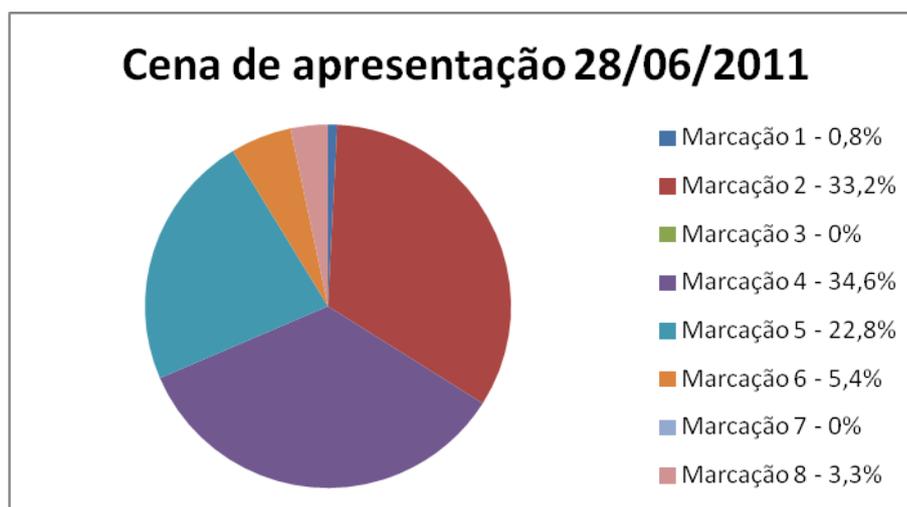


Gráfico 6 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 28/06/2011

A falta de preferência em enunciar as matérias a partir da bancada também foi observada em 29 de junho. Nenhuma cabeça foi lida na marcação um. No entanto, a marcação

dois foi acionada em 24,9% das vezes. A marcação três recebeu 13,6% das enunciações. Ambas fazem a conexão com a rua, o que revela a força dos repórteres no *link* ao vivo como parceiros na enunciação. Do centro do estúdio, na marcação quatro, 49,7% das cabeças foram transmitidas, contribuição do quadro “MG Tec”, exibido nesta data a partir deste local. Na marcação cinco, apenas 1,7%, mesmo índice registrado na marcação seis. A marcação sete foi ignorada nesta edição e 8,4% das cabeças foram lidas da posição oito.

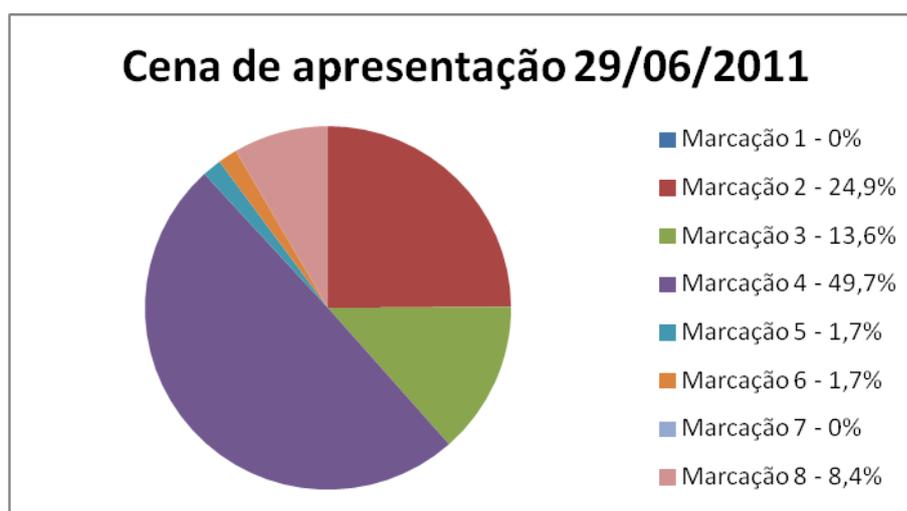


Gráfico 7 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 29/06/2011

No programa de 30 de junho percebemos que a bancada foi novamente colocada de lado na enunciação do telejornal. Nenhuma cabeça foi lida a partir dela. No entanto, a posição dois ganhou 24% das veiculações. A marcação três sediou 7,2% das enunciações enquanto a marcação quatro novamente liderou nesta edição, com 48,8% das cabeças. O quadro “MGTV Esporte” reforçou a força desta posição, uma vez que foi veiculado a partir do centro do cenário. A marcação cinco alcançou os 9,9%, a seis 2,75% e a oito 7,4%. Nenhuma matéria foi anunciada a partir da marcação sete.

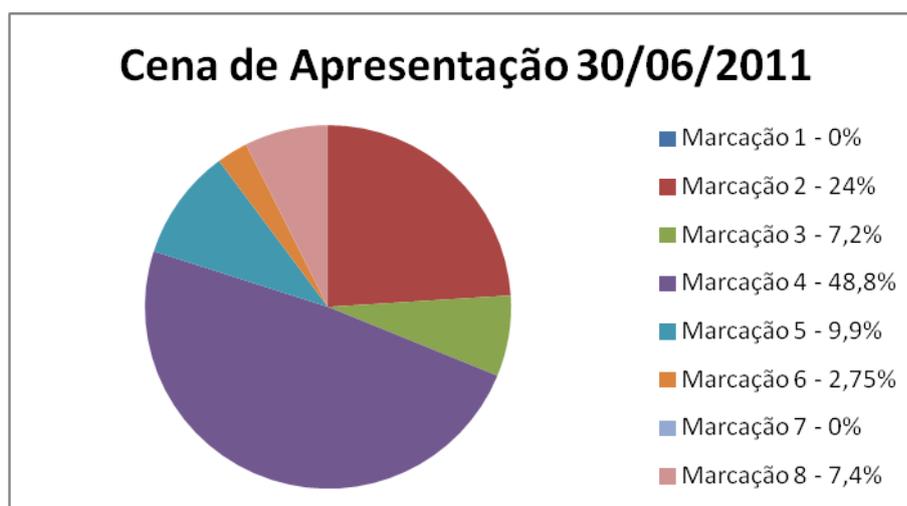


Gráfico 8 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 30/06/2011

Na primeira fase da pesquisa, podemos avaliar que os apresentadores praticamente ignoraram a bancada, fato que não se repetiu na segunda etapa. Uma hipótese que justifique essa postura é o caráter da novidade e a vontade de explorar os outros pontos disponíveis, agora, com o novo cenário.

Na segunda etapa da pesquisa, a bancada retoma um pouco de seu prestígio. Logo no primeiro noticiário analisado, em 27 de março, a marcação um lidera na preferência com 31% das cabeças lidas a partir dessa posição. A marcação dois ficou logo abaixo, com 27,9% das enunciações. A três alcançou 12,8 enquanto a quatro, no centro do cenário, atingiu o índice de 24,8%, em função do quadro “Profissão S.A.” A marcação cinco manteve-se na última colocação com 3,5% das cabeças enunciadas. As posições seis, sete e oito não receberam a presença da apresentadora neste dia.

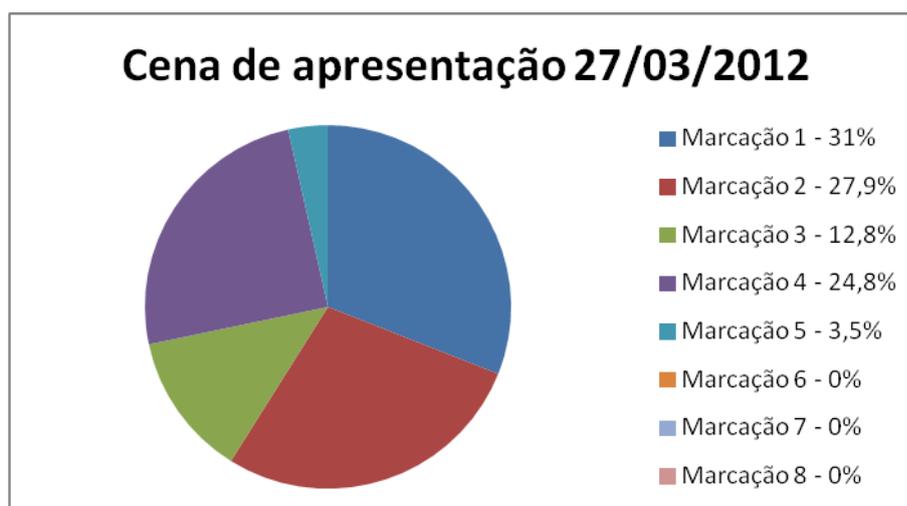


Gráfico 9 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 27/03/2012

Em quatro de abril, 12,3% da enunciação aconteceu da bancada, na marcação um. A preferência, neste dia, foi enunciar a partir da marcação dois, que alcançou a marca de 36,8%. Na marcação três, foram enunciadas 10,5% das cabeças. Do centro do estúdio, na quatro, foram exibidos 28,8% dos materiais.

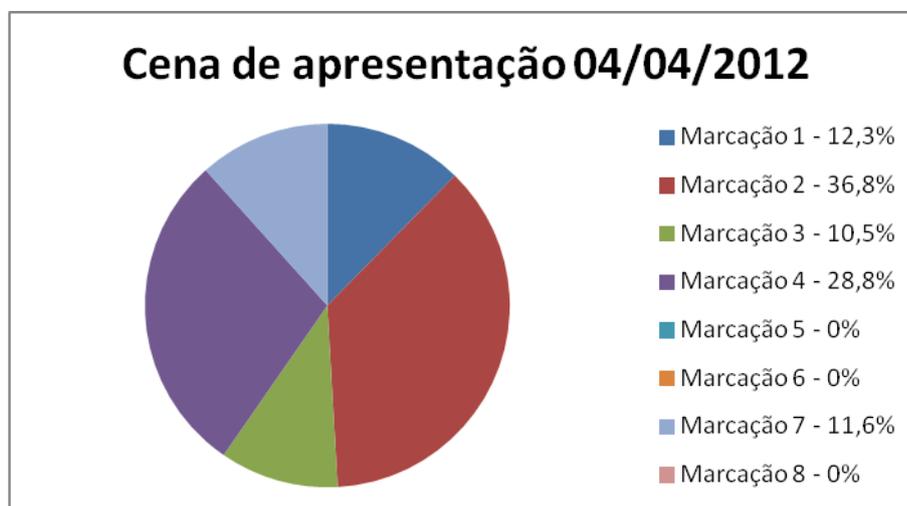


Gráfico 10 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 04/04/2012

O tempo gasto na enunciação a partir da marcação um, no noticiário de 12 de abril, foi de 7,3% do total. Na marcação dois, ocorreram 14,6% da exibição. Na área considerada por nós como marcação três foram anunciadas 2,1% das cabeças. A marcação quatro neste jornal mereceu grande atenção. Em função das exibições dos quadros “MG Responde” e “MGTV

Esporte”, 76% da enunciação aconteceu nesta posição. As marcações cinco, seis, sete e oito não mereceram nesta data as presenças dos sujeitos que participam da cena de apresentação.

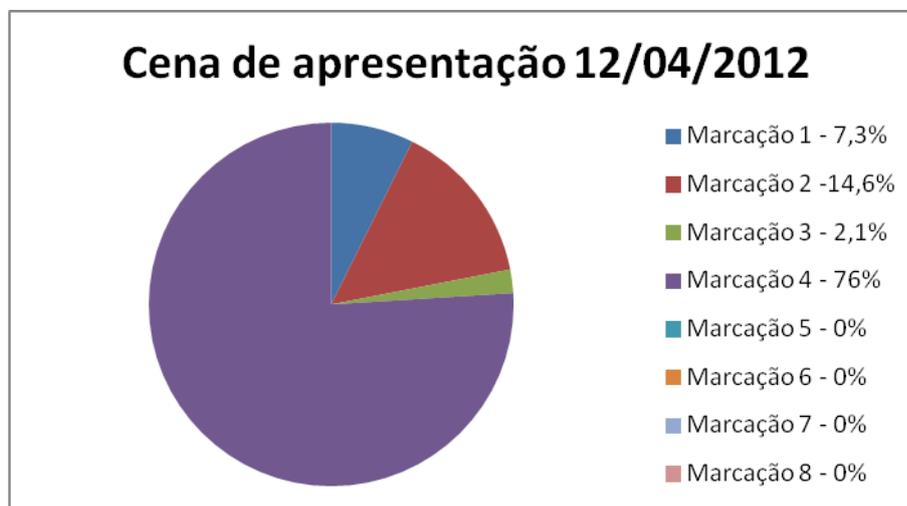


Gráfico 11 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 12/04/2012

Em 27 de abril, a enunciação aconteceu na marcação um em 20,4% do tempo. A dois alcançou o índice de 37,6%. Já a marcação três atingiu 9% das cabeças feitas a partir desta posição. Na marcação quatro, aconteceram 5,4% das leituras de cabeças. Marcações cinco, sete e oito não mereceram atenção por parte do programa. E a posição seis deteve 2,6% da enunciação. Apesar da presença do quadro “MG Rural”, que deveria ter sido apresentado da marcação quatro, o que contribuiria para elevar o índice nesta área, lembramos que neste dia, a atração não foi enunciada no cenário do MGTV. A apresentadora deslocou-se para o estúdio ao lado para participar com o apresentador Márcio Santos direto da cena do “MG Rural”. De lá, eles foram responsáveis por 25% do tempo gasto nas cabeças do telejornal.

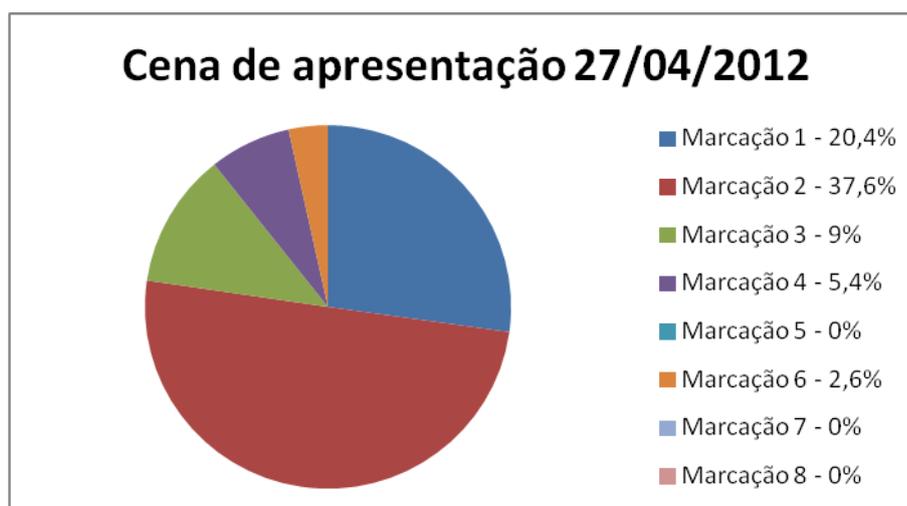


Gráfico 12 - Enunicações feitas nas marcações de cena em 27/04/2012

A marcação um, de onde a bancada protagoniza a enunciação, voltou a receber poucas cabeças no noticiário de 7 de maio, com 2,5%. A marcação dois também mereceu atenção reduzida: 7,1%. Da três, 4,3% do enunciado foi veiculado de lá. A marcação quatro exerceu a liderança absoluta de enunicações a partir do centro do estúdio. Boa parte do programa, 83%, foi realizada desta posição, em função dos quadros “MGTV Esporte” e “MG Responde”. As marcações cinco, seis e sete não tiveram nenhuma informação lida nestas posições. Já a marcação oito mereceu 3,1% das cabeças.

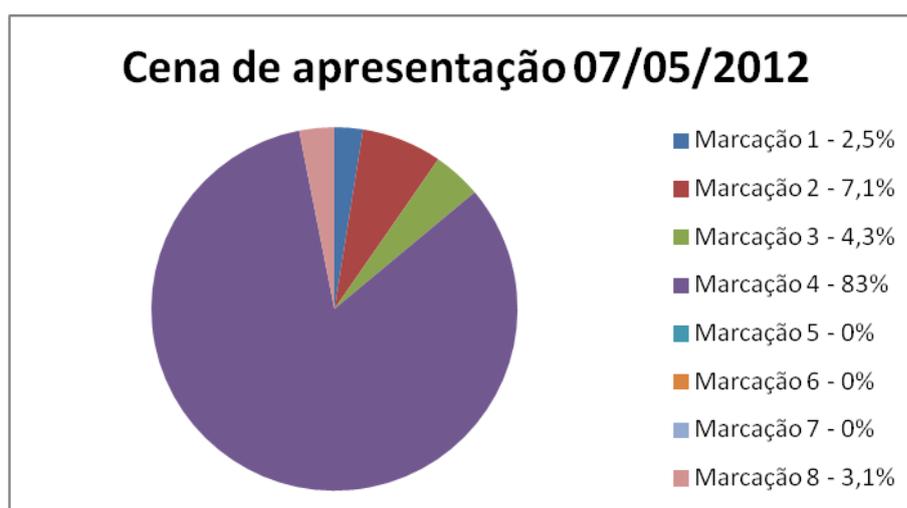


Gráfico 13 - Enunicações feitas nas marcações de cena em 07/05/2012

No último noticiário analisado, em 26 de maio, apresentado por Sérgio Rodrigues, a marcação um registrou uma melhora significativa no tempo do enunciado: 30,7% das cabeças foram exibidas a partir da bancada. Na marcação dois, foram exibidos 7,5% dos materiais. A marcação três recebeu apenas 1,5% do enunciado. O telejornal ficou concentrado neste dia na marcação quatro, com 46% da enunciação. Já a marcação cinco alcançou 2,6%, marcação seis com 5,7% e posição sete com 6%. A marcação oito não sediou a leitura de nenhuma cabeça na data.

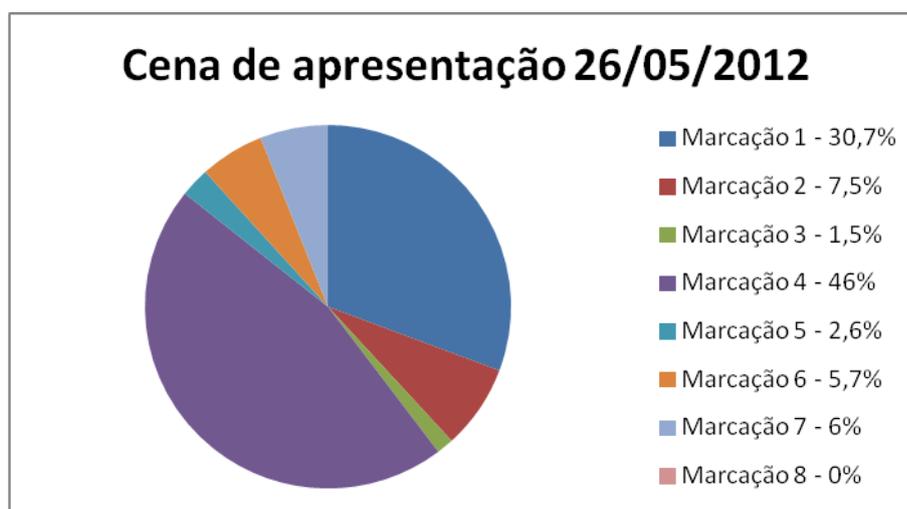


Gráfico 14 - Enunciações feitas nas marcações de cena em 26/05/2012

O percentual médio enunciado da marcação um foi de 12,3%. Esse valor representa um índice impressionante que resulta na comprovação da perda de importância da bancada. Uma média de 12% do MGTV 1ª Edição é apresentada detrás da bancada revelando que o adereço de cena já não possui o *status* e o *glamour* de outros tempos. Em três edições, a bancada não sediou nenhuma enunciação de cabeça. Em uma quarta edição, o índice de permanência na bancada é de menos de 1%. Outro fator relevante descoberto durante a pesquisa é que a bancada é retirada de cena em alguns momentos do telejornal, principalmente, quando ele é enunciado da marcação quatro²⁶. O percentual médio de enunciação na marcação dois foi de 21,7%. Já a média das cabeças lidas a partir da marcação três foi de 7,3%. Durante o período que compreende a pesquisa, os apresentadores do MGTV 1ª Edição enunciaram a maior parte dos noticiários da marcação quatro, o centro do estúdio,

²⁶ O fato foi descoberto em 28/11/2012 quando a pesquisadora foi autorizada a acompanhar ao vivo a exibição do telejornal. O cinegrafista do estúdio retira o acessório de cena e deixa a bancada nos bastidores do noticiário. Ele chega a apoiar o corpo nela enquanto opera a câmera.

ficando com a média de 43,8% das cabeças. A marcação cinco representou 6,3% da enunciação seguidas das marcações seis, com 2,3% e sete e oito que empataram com 2% das cabeças do telejornal.

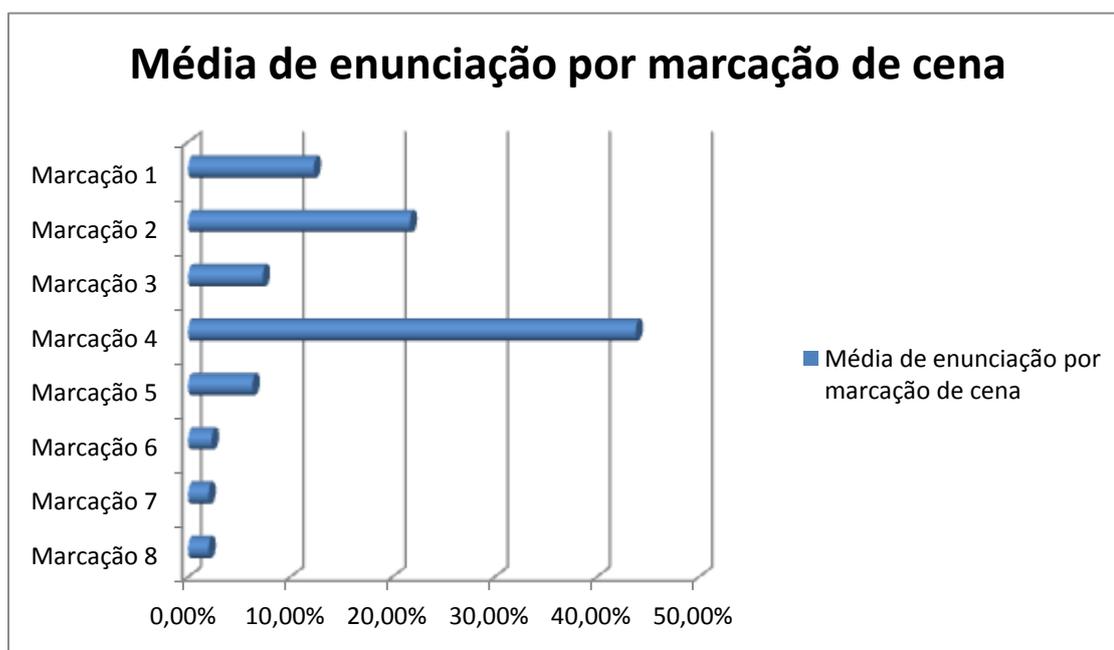


Gráfico 15 – Média de enunciação por marcação de cena

Após a análise desses dados quantitativos e qualitativos, devemos auscultar a audiência na tentativa de perceber como essas mudanças repercutiram no telespectador que acompanha o MGTV 1ª Edição.

6.3) COMO O PÚBLICO PERCEBE A QUEDA DA BANCADA: A OPINIÃO DO GRUPO FOCAL

O grupo focal foi realizado no dia 23 de julho de 2012 com o objetivo de registrar a percepção do público do MGTV 1ª Edição acerca das mudanças na cena de apresentação e a consequente queda da bancada no processo evolutivo do telejornal. O encontro, realizado seguindo as orientações em torno dessa metodologia, já descritas no início deste capítulo, aconteceu no Laboratório de Rádio dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF), localizado no Campus Arnaldo Janssen,

na avenida Luz Interior, número 345, no bairro Estrela Sul, em Juiz de Fora (MG).

A escolha do local foi motivada pela facilidade para a gravação do áudio resultante do encontro, uma vez que o laboratório é equipado com microfones. O procedimento, incluindo a gravação, foi autorizado pela coordenação dos cursos, dos quais a autora é professora.

6.3.1) O nascimento do grupo focal

O grupo focal foi composto por onze pessoas, com sexo, idade, escolaridade e níveis sociais variados, priorizando membros da classe C, obedecendo o perfil do público do MGTV 1ª Edição. Antes de formar esse grupo, tivemos o cuidado de entrar em contato com a emissora que cedeu informações oficiais acerca da audiência do telejornal. Dados da TV Integração revelam que o público do noticiário é formado, em sua maioria, por mulheres, cerca de 58% do total. As idades são diversas e variam de quatro a acima dos 50 anos, sendo que a faixa que apresenta um público mais concentrado é composta por pessoas com mais de 25 anos, com uma ligeira vantagem entre os 35 e 49 anos, que representa cerca de 25% da audiência. Quanto à classe social, o MGTV consegue atingir todos os níveis socioeconômicos, com larga margem para os membros da classe C, que detêm 61% da audiência do jornal. Para facilitar a visualização desses dados, observe quadro abaixo.

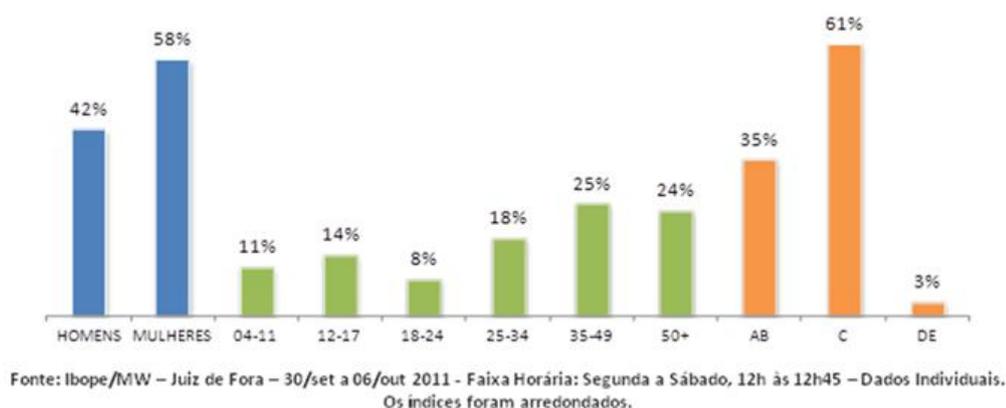


Gráfico 16 - Perfil de público do MGTV 1ª Edição²⁷

Ainda segundo informações fornecidas pela emissora, em Juiz de Fora, a classe C representa 59% da população, de acordo com os dados do Ibope (set/out-2011). Nas tabelas que seguem abaixo, está apontado o índice de afinidade do MGTV1ª Edição. O indicador

²⁷ Gráfico fornecido pela emissora.

mostra o quanto um programa atinge determinado público. Quanto mais este índice estiver acima de 100%, maior será a afinidade para aquela faixa de audiência.

Sexo Classe Idade	MM ABCDE 04+	AS ABCDE 12-17	AS ABCDE 25-34	AS ABCDE 25-49	AS ABCDE 35-49	AS ABCDE 18+	AS ABCDE 50+
Índice de afinidade	107%	103%	106%	118%	127%	101%	101%

Tabela 38 - Índice de afinidade do MGTV 1ª Edição²⁸

Sexo Classe Idade	AS AB 04+	AS ABC1 04+	AS C 04+	AS C1 04+	AS C2 04+	AS ABC 04-11	AS ABC1 04-11
Índice de afinidade	119%	109%	102%	101%	105%	106%	123%

Tabela 39 - Índice de afinidade do MGTV 1ª Edição

Sexo Classe Idade	AS ABC 4-17	AS ABC1 4-17	AS AB 25+	AS ABC1 25+	AS ABC 25-49	AS ABC1 25-49	HH ABC1 25+
Índice de afinidade	111%	110%	129%	126%	128%	130%	107%

Tabela 40 - Índice de afinidade do MGTV 1ª Edição

Sexo Classe Idade	MM ABCDE 18+	MM ABC 25+	MM ABC1 25+	DC ABCDE 15+	DC ABC 15+	AS ABCDE 60+
Índice de afinidade	106%	135%	140%	156%	168%	102%

Tabela 41 - Índice de afinidade do MGTV 1ª Edição

Com base nesses dados, partimos para a composição do grupo focal. Todos os integrantes foram acionados pela pesquisadora e aceitaram prontamente o convite. Sete integrantes eram mulheres: uma estudante universitária de 22 anos que estava no último período da faculdade de Jornalismo; uma empregada doméstica de 35 anos que cursou até a 6ª

²⁸ AS – Ambos os sexos; MM – Mulheres; HH – Homens; DC – Decisões de consumo.

série do Ensino Fundamental; uma radialista de 38 anos com Ensino Médio completo; uma comerciante de 51 anos com graduação em Magistério; uma administradora de empresas aposentada de 54 anos; uma funcionária pública aposentada de 64 anos, com Ensino Médio completo e uma pedagoga de 71 anos. Quatro integrantes eram homens: um técnico em audiovisual de 30 anos, com Ensino Médio completo; um motorista de 34 anos que cursou até a 7ª série do Ensino Fundamental; um contador de 55 anos e um funcionário público aposentado de 68 anos, com ensino superior incompleto.

Duas integrantes seguiram com a pesquisadora para o local de realização do grupo focal, depois de um encontro no centro de Juiz de Fora. São elas: a empregada doméstica de 35 anos e a radialista de 38 anos. O meio de transporte utilizado, nesse caso, foi o carro da pesquisadora. Os outros participantes preferiram ir diretamente para o local. O horário marcado para início dos trabalhos foi 8h, mas, em função de um pequeno atraso, as discussões começaram às 8h15min.

Os trabalhos começaram após a chegada dos participantes. Com todos presentes, teve início a apresentação da pesquisa e da pesquisadora, seguida de agradecimento pela participação de todos. Foram distribuídos crachás de identificação aos integrantes do grupo focal, inclusive, para a pesquisadora. O operador de áudio do Laboratório de Rádio do CES/JF, Iran Almeida, também usou identificação assim como o funcionário do Laboratório de TV do CES/JF, Vitor Verbena, responsável pela operação do material audiovisual exibido durante o encontro. Outra participante do grupo focal foi a aluna do oitavo período de Jornalismo do CES/JF, Rafaella Prata, responsável pelo registro fotográfico dos trabalhos. Todos auxiliaram na realização do grupo focal e foram apresentados aos participantes, sendo esclarecido que o encontro teria o áudio gravado e seria fotografado.

Em seguida, a pesquisadora – que também atuou como moderadora, explicou os objetivos do grupo focal e como aconteceu a formação heterogênea do mesmo. A preocupação maior era informar aos membros que não havia opiniões certas ou erradas e que a riqueza da pesquisa estava justamente na diversidade de posicionamentos. Um cuidado que tivemos foi orientar os membros a não falarem ao mesmo tempo para não atrapalhar a gravação do áudio e dificultar, posteriormente, a decupagem do material. Outra garantia dada foi a do anonimato de cada um. Todas as opiniões seriam preservadas assim como a identidade dos membros do grupo focal. Nesta pesquisa, todos serão chamados apenas pela

profissão e idade que possuem.

As cadeiras foram posicionadas dentro do estúdio de rádio ao redor de uma mesa e de frente para uma televisão, colocada no laboratório para a exibição de fotos e trechos do telejornal que faz parte do objeto de estudo desta pesquisa. Antes de posicionarem-se, foram orientados a sentarem-se conforme vontade própria. Eles posicionaram-se na seguinte sequência, da esquerda para a direita: comerciante de 51 anos; estudante universitária de 22 anos; administradora de empresas aposentada de 54 anos; pedagoga de 71 anos; funcionária pública aposentada de 64 anos; funcionário público aposentado de 68 anos; radialista de 38 anos; contador de 55 anos. Preferiram permanecer fora do círculo, com as cadeiras dispostas de maneira irregular, o motorista de 34 anos; a empregada doméstica de 35 anos e o técnico em audiovisual de 30 anos.

Após todos estarem devidamente acomodados, tiveram início as discussões do grupo focal. A gravação em áudio durou uma hora, 26 minutos e 59 segundos. Os trabalhos terminaram às 9h45min e giraram em torno das percepções do público acerca da nova cena de apresentação do telejornal e sua identificação com as mudanças adotadas pelo MGTV 1ª Edição. Ao final, todos assinaram autorização para o uso da entrevista na pesquisa.

6.3.2) A voz do grupo focal

Um grupo composto por onze pessoas, sendo sete mulheres e quatro homens de classes econômicas e sociais diferenciadas e também com opiniões bem diferentes. Preparamos um roteiro de perguntas que englobou questões sobre os cenários antigos do MGTV 1ª Edição e a nova cena de apresentação do telejornal. Também questionamos os integrantes sobre o posicionamento deles em relação à apresentadora, Érica Salazar. Todos foram unânimes em destacar a simpatia e o carisma da profissional, assim como se referiram a ela como “a cara” do noticiário. Também foram perguntados acerca do apresentador Sérgio Rodrigues. As opiniões foram divididas entre os que o acham carismático e os que o consideram sério demais.

O primeiro estímulo que o grupo recebeu foi opinar a respeito da foto mostrada com auxílio da imagem ampliada no aparelho de TV que revela o antigo cenário do MGTV.



Figura 34 – Primeiro cenário do MGTV

As opiniões foram unânimes em relação a essa representação. A funcionária pública aposentada de 64 anos considerou a imagem feia perante o que ela vê atualmente na televisão, “ultrapassada” como ela mesmo adjetivou. A opinião encontrou o aval da comerciante de 51 anos assim como do motorista de 34, da administradora de empresas aposentada de 54, do funcionário público aposentado de 68 e do contador de 55 anos. O motorista chegou a se referir à bancada como sendo um freezer, opinião que reverberou na comerciante que completou: “parece que estava fazendo propaganda ou vendendo frango”. A administradora de empresas considerou o cenário improvisado, fato que foi ponderado pelo contador, “[...] era o que era de bom no momento”.

Na sequência, os componentes do grupo opinaram sobre a foto de outra fase do cenário MGTV.



Figura 35 – Cenário do MGTV 1ª e 2ª edições no final dos anos 1990.

As opiniões foram diversas. Alguns membros, como a comerciante, gostaram do que viram, com destaque para o colorido da foto. Foi exatamente nesse ponto que a funcionária pública aposentada discordou argumentando que as cores chamavam muita atenção. Para ela, perde-se tempo olhando as cores para, depois, ficar atenta às notícias. A pedagoga concordou e justificou que as cores chamam mais atenção do que o próprio repórter. O funcionário

público aposentado revelou que as cores “embolam” o cenário. Para os integrantes do grupo, o elemento que mais atrai na cena é a bancada mas, para a pedagoga, o acessório é “muito pesado”. A radialista concluiu dizendo que falta homogeneidade à cena.

A terceira foto apresentada dentro da trajetória dos cenários implantados em Juiz de Fora pelo MGTV mostra a nova cena de apresentação.



Figura 36 – Jornal de estreia com a nova cena de apresentação

A primeira a se manifestar foi a funcionária pública aposentada, liderando uma sequência de opiniões contrárias ao novo cenário, insistindo na questão das cores que, segundo ela, não estavam harmoniosas, além da bancada considerada feia por ela. A estudante de Jornalismo acrescentou que a cerquinha é outro acessório desnecessário. A comerciante destacou que a mudança permite a circulação do apresentador. E contribuiu com o depoimento que escutou da mãe, de 80 anos, que, segundo ela, é público cativo do MGTV 1ª Edição.

Ela assiste rigorosamente o MGTV. Ama, adora. E por quê? Por causa da previsão do tempo e porque ama a Érica Salazar. É loira de olhos azuis e fala muito bem. Mas a primeira coisa que ela viu foi o cenário. Ela não gostou. Ela falou: “ai, que cenário esquisito, a repórter fica perdida, cada hora está em um canto, eu tenho que ficar catando”. É assim que ela fala. E tô falando o palavreado da minha mãe. “Ah, não, esse cenário ficou muito feio. Eu olho para um lado, quando eu vejo ela já está pro outro”. Pra ela tá incomodando.

A administradora de empresas aposentada disse que reparou bem na foto e que, segundo ela, foram mantidos o laranja e demais cores, mas mudou o ambiente. “Eu já achei moderno. Eu acredito que as pessoas às vezes são assim, como se diz, não são muito abertas a mudanças. Eu acredito que o que choca é isso. Você vê na parte decorativa. A qualidade eu acho que melhorou muito”. Para o técnico em audiovisual, a antiga bancada praticamente

ocupava todo o espaço da cena. A radialista avaliou que esta seria uma tendência MGTV 1ª Edição, “fazer uma coisa muito próxima do que o Fantástico faz, essa coisa de revista eletrônica mesmo”. Ela também avalia que, no início do telejornalismo, havia apenas uma câmera focando no apresentador (referência à primeira foto exibida). Hoje, segundo ela, há vários cortes feitos pela direção com o auxílio das câmeras dispostas no estúdio que conferem dinamismo à enunciação. A radialista completa que a apresentadora, nesse novo formato, precisa se locomover no estúdio “para dar esse ar de que aqui é a gente que domina”. Apesar da percepção à mudança, a radialista revela não aprovar a mudança.

Para esse jornalismo assim mais sério, de notícia que eu preciso, eu quero saber qual foi a greve que foi feita ali, quem assaltou não sei aonde, eu acho que já não funciona. Já para o Fantástico, mesmo quando é um momento sério, falando de uma greve, de uma coisa qualquer, já muda, entendeu? Já muda até a forma como eles falam.

O motorista concordou com a radialista e exemplificou que, aparentemente, o MGTV 1ª Edição estava “querendo copiar outros jornais”. Já o contador manifestou-se contrário à posição dos outros membros. Para ele, “a ideia foi mudar o espaço, tirar o repórter de trás do balcão, mesa, ou seja lá o que for. Sempre foi assim. Eu até acho legal, uma maneira de tentar inovar, de repente. De repente não deu certo ou algumas pessoas não observaram isso”. Nesse ponto, a comerciante fez uma interferência para acrescentar que, nesse formato, não há mais formalidade. “Estão falando inclusive as opiniões deles com mais liberdade”.

A pedagoga destacou que esse tipo de mudança já foi adotado pela Globo News, no telejornal das dez da noite, momento em que, segundo ela, todos estão sentados para acompanhar as notícias. Em sua opinião, o noticiário tradicional, da hora do almoço, deveria ter duas pessoas sentadas em uma bancada (fazendo referência ao Jornal Hoje, da TV Globo) mas, em Juiz de Fora, para ela, não houve essa preocupação. “Meio-dia é um horário que você não para”. Nesse instante, a comerciante de 51 anos tomou a frente das discussões e lançou uma pergunta: “Agora eu quero saber a opinião de todos. Vocês acham certo um jornalista, vou dar o exemplo da Érica, do Sérgio, eles darem opinião deles a respeito de alguma matéria?”.

A administradora de empresas aposentada foi a primeira a se manifestar. “Ah, eu acho. Eu gosto muito da parte interativa”. A pedagoga completou: “Isso agora mudou”. A comerciante ilustrou que, “antigamente, a gente não sabia o que eles pensavam”. A

administradora voltou a opinar dizendo que a mobilidade permitida no novo cenário traz o público para mais perto. A pedagoga, mais uma vez, completou: “Isso que eu ia dizer”. O funcionário público aposentado concordou que essa circulação aproxima bastante. Também o contador explicitou que a mudança pode ter trazido a Zona da Mata para junto de todos. A administradora de empresas complementou ilustrando que aproveita para observar outros itens que não a notícia.

Se eu vejo você parada, por exemplo, às vezes, você até me constrange, de repente, dessa maneira ou a outra pessoa. Quando você vê a mobilidade parece que você pára para olhar uma calça jeans, tá com uma bota que você usaria, alguma coisa nesse sentido... te traz para perto. Eu consigo entrar mais dentro da notícia pelo fato de interagir até pela internet eles têm feito isso. Eu tô falando porque eu já participei algumas vezes dando opinião, ela foi aceita e mesmo quando ela não foi aceita eu recebi algum retorno. Eu achei interessante isso. Eu acho que se trabalhasse mais com isso facilitaria.

A estudante de Jornalismo acredita que esse formato aproxima mais o telejornal do telespectador, mas também crê que muitos apresentadores não estão preparados para o modelo o que pode comprometer a credibilidade da notícia. Nesse momento, os integrantes discutiram a respeito da substituta da apresentadora Érica Salazar que, no momento da realização do grupo focal, estava de férias. Para eles, a jornalista (Marina Campos) que entrou no lugar da titular não estava preparada para o novo formato ao contrário da apresentadora que, segundo os componentes do grupo, sente-se bem à vontade no cenário e possui credibilidade ao informar acerca dos fatos registrados na região.

A funcionária pública aposentada estava em silêncio durante todo o tempo, observando as opiniões dos demais. E reagiu a esta fase das discussões da seguinte maneira.

O Jornal Nacional é um jornal de massa. Então, ele não é um jornal de revista, é simplesmente informativo. [...] Se o Jornal Nacional é um jornal que quer atingir todo tipo de público porque ele é um jornal tão massificante? Essa seria a discussão. A minha comparação pelo tudo o que estou ouvindo aqui. Eu não assisto ao Jornal Nacional, mas eu sei que ele é assim. Eu assisto ao Jornal das Dez, da Globo News, que eu acho que é revista. É bem semelhante a isso (que estamos discutindo). Tem tudo, engloba tudo, por isso que eu gosto dele. Ele me deixa à vontade para assistir, não é um jornal formal, massificante, é um jornal que leva uma hora, mas ele é tão diversificado que não me cansa. O repórter fica em pé, senta, chama outros entrevistadores [...] mas é um jornal longo. [...] Assisto confortavelmente, com todo o tempo para ver. [...] Então, para mim, ele é o melhor jornal porque ele engloba isso tudo. Tem a parte informativa, tem a parte de revista, descontração, para mim tem tudo.

O também funcionário público aposentado aproveitou o gancho da discussão e manifestou-se em dúvida quanto ao que funciona melhor: apresentação formal ou a informalidade sugerida pelo novo cenário. Até então, ele avaliava que a informalidade conseguia atrair o público em direção ao apresentador e menos para a notícia. E a formalidade focava mais na informação.

Eu não sei, tenho dúvida. Tem uns programas que eu adoro. Por exemplo, esse Jornal Hoje eu adoro. Parece que eles estão dando a notícia mas estão brincando. As vezes eu não sei se eu presto mais atenção [...] na maneira como eles apresentam a notícia ou se me preocupo mais com a notícia em si. [...] Por exemplo, existe um programa na Globo News chamado Painel, eu adoro esse programa. O apresentador fica muito solto, ele deixa os convidados muito soltos. E a gente se envolve com todo o assunto. [...] Eu gosto da circulação dos apresentadores. Aí vai chegar naquele caso, não sei se essa circulação desvia um pouco da notícia. Eu tô em dúvida qual é melhor, a informalidade, a circulação ou se ficar estático dando a notícia.

O técnico em audiovisual complementou o pensamento do aposentado afirmando que está mais acostumado com o Jornal Nacional, composto pela bancada no modelo tradicional. Na percepção dele, os apresentadores sequer dão uma risada ao anunciar uma notícia mais leve e, por isso, contribuem para conferir credibilidade à informação. No caso do MGTV 1ª Edição, o integrante do grupo focal considera que a circulação entre um ponto a outro do estúdio quebra o ritmo do programa. A doméstica de 35 anos discordou. Ela diz que às vezes trabalha assistindo ao MGTV e o jeito à vontade da apresentadora a atrai porque também a deixa à vontade para acompanhar as notícias. Quando o apresentador fica parado ela tem a percepção de também ficar acuada.

A radialista de 38 anos chama a atenção para um ponto até então não discutido entre os membros do grupo focal: a espontaneidade do jornalista e a encenação que vem sendo colocada em prática com o lançamento do novo formato. Ela cita o exemplo de um dos apresentadores do Fantástico, o repórter Tadeu Schmidt, responsável pelas notícias esportivas do programa. Para a radialista, antes dele, ao se falar de futebol, por exemplo, as notícias eram divulgadas de maneira mais “quadrada”, com uma locução formal e distante. Agora, segundo ela, o jornalista se diverte com o próprio erro para fazer graça com os deslizes dos jogadores. Ela completa o raciocínio ilustrando que o comunicador não pode ser somente jornalista, mas sim, desempenhar um papel que se aproxima da figura do ator que necessita ser dirigido.

[...] não adianta a gente dar um espaço com mobilidade, com peripécias, se você também não [...] tem uma direção de ator. Porque senão ele se perde. Porque não é qualquer um (que desempenha essa função) ele já tá ali lendo, ele já tem que preocupar com a informação e ainda as peripécias. O corte da câmera, ali, aqui, um comentário que hoje tá pertinente, você fazer um comentário dentro da matéria sem que haja uma censura ali dentro que fica mais bonito, aproxima mais. Fica: Pô, o cara é igual a mim, pensa como eu”. Isso é legal, isso dá mais veracidade. Aquela figura que tá ali falando passou por uma situação como eu. Hoje o jornalista não é só mais o jornalista que aprendeu ali assim, assim, assado. Não. Ele também tem que ter, para fazer esse jornalismo que hoje está sendo imposto, ele tem que ser ator.

A fala da radialista foi de encontro à do funcionário público aposentado que vê Tadeu Schmidt como um repórter caricato. “Eu só acho que ele tem que ter um certo cuidado no exagero”. A pedagoga citou outro profissional para ilustrar seu pensamento acerca do assunto.

Eu gosto muito do André Trigueiro. Eu acho ele assim, um repórter que ele fez o jornal esse tempo todo e está fazendo falta²⁹. É um tipo de jornal que anda, que fica em pé, mas não tem palhaçada. Não tem nada. E dá credibilidade. Então eu acho, como o senhor disse, tem que ser feito sim com essa mobilidade que dá essa credibilidade.

Ao ser citado na fala da integrante, o funcionário público aposentado complementou: “uma informalidade para não ficar aquela coisa muito pesada”. A pedagoga concordou. Diante do silêncio momentâneo, a moderadora introduziu nova questão a ser discutida. Como o grupo focal enxergava a figura da apresentadora do MGTV 1ª Edição, Érica Salazar. Para iniciar as discussões a respeito, foi exibida uma foto da jornalista.



Figura 37 – A apresentadora Érica Salazar no novo cenário do MGTV (Arquivo pessoal)

²⁹ André Trigueiro foi âncora e repórter do Jornal das Dez da Globo News durante 16 anos. Desde abril de 2012, atua como repórter do Jornal Nacional e é colunista do Jornal da Globo sendo responsável pelo quadro “Sustentável” Fonte: <http://www.mundosustentavel.com.br/andre-trigueiro/><Acesso em 10/12/12, às 14:25>

O aposentado foi o primeiro a se pronunciar revelando o que mais chamava sua atenção na foto: “primeiro a simpatia”. A comerciante ratificou reforçando que ela é muito simpática. A administradora de empresas também deu sua opinião: “ela passa credibilidade”. A comerciante voltou a dizer que daquela maneira parecia que ela estava sentada no banco da praça, descontraída. “Ela passa uma imagem muito boa”, completa. A funcionária pública aposentada emendou que, apesar de estar sentada naquele adereço, ela não deixa de passar credibilidade. A administradora de empresa comentou que “se eu visse, mal comparando talvez, o William Bonner ou a Fátima Bernardes fazendo isso ia me incomodar pelo padrão que eles passam. Eu acredito que, para essa finalidade (atual do MGTV 1ª Edição), eu acho interessante aí, esse visual, a figura dela”.

A fala ganhou o apoio da estudante: “Eu acho ela espontânea. Eu acho que ela está preparada para os dois formatos. É isso que eu acho legal nela. Eu acho que ela sabe dar o tom sério, mas sabe também estar ali em pé, chegar próximo, fazer o comentário, eu acho ela espontânea”. O técnico em audiovisual concorda. Para ele, o fato de ela sentar-se no acessório para “conversar” com o público é muito interessante, passa simpatia e credibilidade. Ele ainda cita que a apresentadora de Juiz de Fora é capaz de trabalhar nos dois formatos, coisa que, segundo ele, a Fátima Bernardes (em seu novo programa Encontro) não consegue.

A funcionária pública aposentada revelou uma preocupação quanto à autorização que a Érica Salazar possui para circular no cenário.

Dentro disso aí ela é espontânea mesmo, natural. Só que para ela fazer isso aí, acho que ela tem que ter uma autorização. Ela não pode simplesmente, por ela, sentar. Ela tem que saber até onde ela pode ir. E dentro disso, até onde ela pode ir, ela é natural. Se puser outra pessoa com perfil diferente do dela vai ter que forçar a naturalidade. [...] E ela não. Ela foi feliz porque ela teve autorização para fazer isso e bem feito porque faz parte do perfil dela.

O funcionário público aposentado neste momento pediu a palavra para autointitular-se “fã de carteirinha” da apresentadora Érica Salazar. “A imagem que ela passa é a melhor possível. Tanto nos assuntos sérios como nos assuntos mais informais ela flutua. Para mim, ela flutua. Ela pode ir para qualquer emissora (todos concordam e começam a falar ao mesmo tempo) ou para qualquer lugar do país, como muitos daqui têm ido e vai se dar muito bem”. A doméstica também manifestou-se favorável ao trabalho da apresentadora. “Eu gosto muito dela e também a acho uma pessoa extraordinária, com muito potencial”. O motorista apoia

referindo-se à Érica Salazar como uma profissional segura no que faz. A comerciante reforça os elogios: “eu acho que ela é natural, é dela, do jeito dela, do espírito dela. ela veio pronta mesmo”.

A radialista faz comentários acerca de uma nova contratação da emissora que possui sotaque carioca e não desperta nela, como telespectadora, a identificação que gostaria. Ela não apoia a participação de profissionais que não possuem características da mineiridade em um jornal, como ela mesma se refere, “extremamente mineiro como o MGTV”. Mas, em se tratando da apresentadora, a radialista complementa: “ela está pronta. Dentro do jornal, ela e o Sérgio (Sérgio Rodrigues, outro apresentador do noticiário) são duas figuras que realmente vestem a cara, sabem passar a informação com credibilidade, com cara de nós mineiros. Acho fantástico”.

O contador destaca a importância da apresentadora à frente do telejornal e ressalta como deve ser difícil substituí-la, assim como referenciaram alguns membros do grupo focal a respeito da jornalista que está no lugar dela durante suas férias. Ele justifica que, por mais competência que o profissional tenha, entrar no lugar da apresentadora é extremamente complicado. “Todo mundo olhou a fotografia e a gente está acostumado com a Érica [...] Mas vai tirar férias. [...] Os nossos olhos batem lá e dizem: ‘não gostei, eu gosto é da Érica’”. Ao terminar a fala, todos os demais integrantes do grupo caem na gargalhada e manifestam algumas reações do tipo: “é mesmo”, “é verdade”, “coitada da menina, tá sofrendo”. A comerciante voltou a citar a mãe, telespectadora do MGTV. Segundo ela, a mãe já se manifestou contrária à substituição de férias dizendo: “ah, não vou assistir jornal não, vou só ouvir a notícia”.

A funcionária pública aposentada vira-se para os membros do grupo e pergunta se alguém sabe se a Globo procura um perfil parecido para substituir o profissional em férias. “Eles fazem isso? Colocar uma pessoa mais ou menos considerando o sucesso que ela tem? Eles procuram botar outro repórter com um perfil parecido?”. Apesar de levantar a questão, ela mesma procura a resposta justificando que a substituta é muito diferente da titular e, nesse caso, é inevitável a comparação. “Um peso muito grande em qualquer circunstância”, completa a administradora de empresas.

Neste momento, passou-se a observar alguns trechos do MGTV 1ª Edição para que os integrantes do grupo pudessem emitir opiniões direcionadas a respeito da nova cena de

apresentação do telejornal. Uma das partes exibidas mostrava um diálogo entre a apresentadora Érica Salazar e o repórter Ricardo Ribeiro. Ele, da rua, conversava com ela via telão. A primeira a se manifestar foi a radialista que notou o vestido que ela usava: “Ela tá soltinha, de vestidinho. Outro detalhe, o jornalismo vem mudando a cada dia que hoje você tem um *tablet* na mão. Antigamente, você trabalhava o jornalista quase que cortando os braços do cara, gestos mínimos”. A pedagoga interrompe a fala da radialista para citar que isso se chama mobilidade. Neste ponto da conversa, todos falam ao mesmo tempo aprovando uma brincadeira feita entre os dois jornalistas.

O funcionário público aposentado reitera: “desde que não haja excesso, eu gosto”. “O bacana”, segundo o contador, é que “ela tem até que às vezes improvisar. É o que digo sobre o Jornal Nacional. O cara senta lá para dizer aquilo que tá lá, ele não vai falar outra coisa”. A funcionária pública aposentada engrossou o coro: “é por isso que não gosto do Jornal Nacional, não assisto”. A administradora de empresas também se manifesta afirmando que o JN é “muito sisudo”. O funcionário público aposentado sai em defesa do noticiário nobre da televisão brasileira justificando porque o modelo adotado na cidade tem mais informalidade. “O horário do MGTV é hora do almoço, é mais solto, mais descontraído”.

Aproveitando o gancho, a moderadora pergunta se essa informalidade é boa ou ruim na compreensão da notícia. A comerciante foi a primeira a se manifestar afirmando que aprova, sem que haja excesso. O técnico em audiovisual também gosta do estilo afirmando que uma conversa entre os jornalistas ajuda a descontrair. A radialista intervém e assegura que isso não pode ser feito no meio da informação, mas apenas como um detalhe para fechar uma notícia. A administradora de empresas chamou a atenção para a encenação. “Eu acho que até o momento de chamar a atenção talvez seja até um pouco programado. Porque ele tá almoçando (o telespectador) e fala: o que é aquilo, tá rindo de que? O que chamou atenção? Então eu acho que é bem colocado”.

O funcionário público aposentado concorda e diz que isso é importante até quando há alteração na expressão do apresentador diante de determinada notícia: “você percebe bem o William Bonner muda a fisionomia quando ele quer dar uma notícia séria. A voz, a entonação [...] trazem a pessoa para dentro da notícia e também traz a notícia para você. Eu gosto dessa informalidade”. Aqui, aconteceu algo interessante que foi a mudança de opinião desse integrante do grupo focal. Ele deu início aos trabalhos dizendo-se um apreciador da

formalidade dos noticiários e, agora, manifestou-se favorável a ela.

A radialista também fez uma importante colocação neste momento da discussão. Para ela, o jornalismo está passando por uma grande transformação, que vai da participação e colaboração dos internautas na composição do jornal até a tentativa de eliminar a quarta parede, proveniente do teatro.

E acho que essas transformações, a gente que está acostumado, principalmente, as pessoas que viveram no século 20 praticamente pegamos isso, essa coisa quadradona, muito séria, a roupa mais fechada. [...] A coisa era muito escura, os estúdios eram muito escuros, muito pretões. E hoje não. É colorido, é a cara do dia a dia da pessoa. E a cada dia que passa é muito melhor você receber, por mais fúnebre que seja a informação, que ainda te passe uma coisa gostosinha no final, esperança. Entendeu? Alguma coisa assim, mais leve, por mais pesada que ela seja [...] O jornalista é igual a gente.

A administradora de empresas complementa que não vê o jornal em função da roupa que a apresentadora usa, mas repara no figurino para ver se é parecido com algum modelo que possui. “Isso é o termo que a gente usa: parece com o que eu tenho. Ela tá tão próxima de mim”. A radialista reforça: “Isso é bom porque dá mais veracidade. Acontece com ela, tá com ela, ela tá transmitindo uma coisa que acontece, a gente tá próximo. É muito melhor quando você tá próximo”.

Outro trecho do MGTV 1ª Edição foi exibido. A notícia em questão foi enunciada longe da presença da bancada e com o deslocamento da apresentadora. A intenção desta parte das discussões foi identificar como a audiência percebe a queda da bancada. A pedagoga foi a primeira a dizer que a bancada já não é o principal acessório do cenário. A doméstica também reparou positivamente nesta característica e destacou que a bancada quase não apareceu na movimentação que a apresentadora fez ao enunciar a reportagem. Para ela, tudo transcorreu tranquilamente parecendo que ela própria caminhava ao lado da Érica Salazar. O motorista teve o mesmo sentimento. Segundo ele, sua atenção estava mais voltada para a apresentadora que para a bancada tanto que nem percebeu a presença do acessório. “Você vai passeando (com ela) e esquece a bancada que quase não aparece”.

A radialista fez a seguinte observação:

Na outra era, que era aquela coisa toda quadradona e ele lá (o apresentador). E como que a evolução foi diminuindo essa bancada, essa bancada vai sumir. Essa bancada vai acabar. Porque eu acho que é isso mesmo, essa coisa de levar o telespectador para

dentro dali e deixar ele a vontade. Você está andando com ele. E a bancada pode ser um entrave. É um elefante branco. O que eu faço daquilo? Eu não preciso daquilo? Eu preciso de informação e material humano.

A estudante de Jornalismo concordou com a radialista assim como o funcionário público aposentado que ratificou que a bancada é só para dar um apoio. O motorista também engrossou o coro ao dizer que a bancada é apenas um enfeite. A pedagoga salientou o que, para ela, transparece ser o papel da bancada: um obstáculo entre o público e o telejornal.

A bancada é um limite entre o telespectador e o apresentador. Há essa separação: eu sou o repórter e você é o público. Agora não. Agora ela (apresentadora) interage. Você pode participar. Ela anda. E eu acho importante realmente quando nessas chamadas em que a televisão (o telão que faz o *link* com a participação do repórter da rua) aparece, você vê a notícia o que está acontecendo lá fora, aqui e o que acontece em outras regiões, chama Barbacena, chama outra cidade [...] Então aproximou mais esse tipo de jornalismo, tirando essa bancada.

A estudante voltou a se manifestar concordando com a mudança implementada no MGTV e apoiando a queda da bancada. “Eu acho que a bancada vai desaparecer porque é uma forma de aproximação mesmo. A bancada era sim uma barreira [...] e mostra mais formalidade. A tendência não é essa mais. A tendência é um com o outro, é troca”. Além disso, para a radialista, a circulação da apresentadora traz a jornalista para um ambiente mais próximo do telespectador.

Em outro trecho do telejornal exibido aos participantes do grupo focal, a apresentadora vira-se de costas para o público conferindo atenção ao telão com a presença do repórter trazendo notícias diretamente da rua. Perguntados sobre o que eles achavam sobre o fato de ela dar as costas para os telespectadores, os participantes foram unânimes em dizer que o foco da atenção, naquele momento, estava no repórter. A pedagoga destacou que a apresentadora estava chamando atenção para a notícia, não para ela. O funcionário público aposentado reiterou afirmando que o jornalista é quem estava em evidência naquele momento. Para a radialista, ao se deslocar em direção ao telão, a apresentadora estava transportando o direito de emitir a mensagem ao outro. “Não olhem em mim, eu não sou o foco”, complementou. A pedagoga, apesar de entender os motivos pelos quais ela virou-se para o telão, reforça uma preocupação que o noticiário deve ter. “Eu não acho que deva ficar totalmente de costas não. Eu acho que teria que ser levemente de lado”. A estudante de Jornalismo acredita que isso reforça a naturalidade uma vez que “a gente quando vai conversar com alguém, a gente vira

também”.

Durante a conversa, os integrantes do grupo ressaltaram que, depois da mudança no cenário, entram muito mais matérias da rua, com a ajuda dos telões presentes na nova cena de apresentação. A administradora de empresas reforça que, em sua opinião, a apresentadora Érica Salazar possui muita “presença de palco” para fazer a distribuição dos materiais no ar. A funcionária pública aposentada concorda dizendo que ela sabe conduzir a notícia. A administradora complementou: “é a facilidade de comando, é o poder de distribuição, talvez”. O comentário foi feito com base no fato de as matérias entrarem de maneira alternada via telões.

A pedagoga ponderou que não sabia responder se era melhor um ou dois telões. A comerciante disse que não se incomodava com o número de aparelhos. Já o contador, destacou que seria importante ter os dois uma vez que, enquanto eles preparam uma matéria, a outra está se posicionando. Para ele, a apresentadora é responsável por “jogar a matéria aí (no telão)” e, para fazer isso, precisa ser versátil. “Tem que ser artista”, conclui. A radialista complementa que também é imprescindível o improviso. “Chamou o repórter. De repente o áudio dele não entra, vamos improvisar. Tem que se virar e vamos para frente”.

Em outro momento, durante exibição de novo trecho do telejornal, a funcionária pública aposentada fez comentários acerca da roupa da apresentadora, uma vez que ela aparecia de corpo inteiro na tela. “Olha o tamanho do salto dela”, disse no meio do material. A comerciante aproveitou a deixa e comentou que, antes, “eles ficavam atrás da bancada e a gente nem tinha noção do que vestiam”. Para a administradora de empresas, antigamente, eles usavam apenas paletó e gravata, comentário que ganhou a participação da comerciante: “ficavam de bermuda e havaianas”. “E hoje eles primam pela arrumação”, completou a administradora.

Ao serem indagados sobre o que acham do outro apresentador do telejornal, o titular da edição noturna, Sérgio Rodrigues, os membros do grupo o consideraram mais sério. A estudante de jornalismo logo encontrou uma justificativa. “Eu acho que ele trabalhou muitos anos no outro formato, então, por ele ser de outra geração acho que deve ser muito difícil para ele se adaptar a esse novo modelo”. A comerciante destacou que havia muitas diferenças entre Érica Salazar e Sérgio Rodrigues, afirmativa que teve apoio da pedagoga: “ele é mais robozinho”. O técnico em audiovisual tentou apaziguar dizendo que ambos possuíam

características diferentes, sendo o apresentador mais sério e “não brinca muito”. A funcionária pública aposentada saiu em defesa do jornalista. “Mas quando ele começou, não havia esse tipo de jornal que tem hoje [...] Será que na época ele poderia fazer isso o que se faz hoje? O perfil dele se assemelha ao dela? isso tudo conta. Ele é natural?”

A pedagoga destaca que o formato do noticiário na época pode ter levado o apresentador a trabalhar dessa forma. “O próprio estúdio já o levava a ser, a fazer um jornalismo do jeito que ele faz”, reforça. O contador também lembrou que ele é representante de um estilo mais tradicional em que era orientado a “fazer isso, falar isso, isso e isso. Senta lá e dá a notícia”, ilustrou. Outro ponto ponderado pela radialista é a questão na naturalidade que, em muitas pessoas, é inerente. “A Érica já tem essa facilidade”. A funcionária pública aproveitou o momento para lançar outra questão: “Falaram muito aqui que o teatro ajuda, pode ajudar. Mas eu acho que no caso dele, se ele tivesse feito teatro você acha que ele agiria de outra forma?”. A administradora de empresas foi a primeira a responder: “Não”. A comerciante foi incisiva: “a pessoa já nasce com aquela personalidade”.

A funcionária pública aposentada insistiu em seu ponto de vista. “Eu acho que pode ter uma pessoa descontraída que pode fazer a apresentação do jornal tão bem quanto uma que fez teatro”. O funcionário público confessou que estava quieto pensando no estilo da apresentação de Sérgio Rodrigues. “Ele me passa muita tranquilidade, confiabilidade. Eu acho que ele é para um tipo de jornal diferente, mais formal mesmo, lembrando talvez o Jornal Nacional”, revela. A colega que estava sentada ao seu lado, também funcionária pública aposentada, virou-se para ele e emendou: “mas isso tá acabando, a bancada. A bancada um dia vai acabar. Será que ele vai saber conduzir um novo tipo de jornalismo em TV pelo perfil que ele tem?”

7) CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação propôs-se a investigar como as alterações na cena de apresentação do telejornal se constituem em tentativas de aproximação com o telespectador estabelecendo, assim, vínculos de pertencimento e relações identitárias com o público. Retirar a bancada da posição de protagonismo do espaço cênico e permitir a circulação e o posicionamento do apresentador no estúdio foram as principais estratégias adotadas por um dos maiores telejornais da Zona da Mata Mineira, o MGTV 1ª Edição, da TV Integração, afiliada da TV Globo, nosso objeto de estudo empírico.

O percurso trilhado neste trabalho foi fundamental para a realização desta avaliação. Primeiro, procuramos entender as transformações globais que originaram a mudança na concepção das identidades, antes sólidas, e agora instáveis, fragmentadas e em constante mutação. Foi necessário identificar o ambiente em que os telespectadores estão inseridos para, depois, compreender as influências que recebem do meio. Nesse sentido, investigar a televisão e o telejornalismo como participantes da (re)construção de identidades foi imprescindível. Consideramos, a partir da pesquisa bibliográfica, que o telejornalismo é, sim, lugar de referência para o público. É por intermédio dos noticiários que as pessoas tomam conhecimento acerca dos fatos de sua cidade, região, país e mundo. Das emissões do telejornal surgem assuntos que pontuam as rodas conversas entre familiares, amigos e colegas de trabalho.

Dáí pode-se considerar que toda e qualquer modificação na enunciação dos programas jornalísticos é percebida positiva ou negativamente pela audiência. Promover mudanças no telejornal é saber que os contatos/diálogos com o público também serão alterados. Nossa intenção era perceber se a queda da bancada rompia os obstáculos entre enunciadador e enunciatário. Para isso, trouxemos à discussão questionamentos sobre a encenação, o cenário, a colocação em cena, os textos verbais, a dramaturgia do telejornalismo e a interação entre os sujeitos que participam da enunciação.

Entre os sujeitos, o destaque para os apresentadores, um importante elo no processo de identificação do público uma vez que eles personificam o telejornal, emprestando suas identidades ao programa. Os vínculos que esses profissionais estabelecem com os telespectadores resultam na fidelização da audiência, uma vez que mantém presença diária na

casa de quem assiste ao noticiário. Em função da queda da bancada, acreditamos que o trabalho desempenhado pelos apresentadores ganhou liberdade corporal e de movimentos. Talvez esta seja a melhor forma de qualificar o que a queda da bancada proporcionou à nova cena de apresentação do telejornal. A circulação dos comunicadores na cena, quando feita de maneira apropriada, alcança a tão sonhada informalidade pretendida pelos jornais a fim de criar o clima de afetividade e intimidade objetivando fortalecer os simulacros de interatividade e efeitos de presença.

Durante a observação das opiniões emitidas pelos integrantes do grupo focal ficou claro que a queda da bancada é uma evolução no telejornalismo, considerada por eles uma inovação. Os componentes do grupo concordam que ela já não é mais o principal elemento do cenário e, aos poucos, vai sumir de cena. A redução da “importância” da bancada traz à tona a informalidade que provoca uma aproximação com o telespectador. Sem esse acessório há mais mobilidade e, por isso, para os membros do grupo, o telespectador está mais à vontade durante a enunciação, sem que seja impedido por um obstáculo, como a bancada. A queda da bancada pôs abaixo a distância que havia entre o noticiário e o público proporcionando uma maior interação entre os enunciadores e quem está do lado de lá da tela.

Todos sabemos que o contato com o interlocutor tem muito peso. Em se tratando da nova cena de apresentação, esse contato é desempenhado pela naturalidade na enunciação. Expressões evocativas, troca de olhares e até mesmo a postura dos comunicadores auxiliam na construção desse simulacro. As personagens assumidas na enunciação também contribuem para isso. A dramaturgia do telejornalismo se faz presente quando os comunicadores encarnam papéis como os de mocinho, especialistas ou heróis. Muitas vezes a postura opinativa os coloca em posição de defesa dos interesses coletivos. Isso provoca reações positivas no público e suscita como um dos efeitos de sentido uma sensação de proteção. Durante a Análise Textual, observamos que vários papéis foram assumidos, postura reconhecida pelo público por meio do grupo focal. Os integrantes se dizem confiantes quando percebem que os enunciadores “pensam” como eles.

Do ponto de vista corporal, dar as costas ao público, até pouco tempo atrás era inadmissível. Na nova cena isso não é recriminado, ou melhor, é adotado com frequência no sentido de efetivar ainda mais o tom dialógico na enunciação. É assim que nos comportamos diariamente no encontro e contato com o outro, assim também é (re)produzido no ambiente

cenográfico. A possibilidade de observar os enunciadores de corpo inteiro também contribui para uma maior identificação e aproximação com o público. A adoção de um “figurino” mais solto e leve, algo mais próximo das roupas que usamos no cotidiano transformam esses profissionais em “gente como a gente”. Ao adotar esses mecanismos de aproximação, o telejornal promove a sensação de que o local da enunciação é um prolongamento de nossas casas.

Concluimos, também, que essa concepção de telejornal que caminha em direção à naturalidade permite que outros sujeitos importantes na produção do noticiário assumam papéis de destaque ao lado dos apresentadores. São eles os repórteres, os jornalistas responsáveis pelos quadros atrativos do programa e os especialistas que ganharam poder de fala e assumiram um peso significativo na nova cena. O apresentador e a bancada não são mais os únicos protagonistas da enunciação. A queda da bancada permitiu uma ampliação natural do espaço cênico. Esse vácuo proporcionado pela retirada do acessório foi ocupado pela circulação. Se o apresentador perdeu o protagonismo da cena, ganhou na articulação de todos esses elementos.

Nos noticiários analisados, em que oito marcações de cena compuseram a apresentação do MGTV 1ª Edição, ficou comprovado que a bancada deu vez a outros espaços cênicos. Sem o *glamour* dos primórdios, a bancada cedeu lugar a espaços da enunciação antes não explorados com tanto dinamismo. O levantamento apontou que o telejornal prioriza o compartilhamento da enunciação entre os apresentadores, os repórteres da rua e os convidados no estúdio. Os apresentadores são responsáveis por uma média de 50% da enunciação enquanto os jornalistas que fazem os *links* ao vivo e os especialistas dos quadros, juntos, somam aproximadamente 51%. O apresentador, agora, é um grande mestre de cerimônias, o fio condutor da ação. O delegado que imprime ritmo ao programa e destina o momento exato para que todos ganhem o poder de fala. Ele permite a interseção entre o estúdio, a rua e o local onde o receptor se encontra, transformando esse tempo e esse espaço em uma experiência da interação entre todos esses sujeitos.

O fato de “estar presente” mesmo que subjetivamente na cena cativa o telespectador. Ele se projeta ao ser invocado por recursos verbais, ao ser atraído por um personagem assumido na cena, ao ser chamado a atenção pelo olhar ou ao ser envolvido durante o deslocamento do apresentador.

Essa possibilidade de distribuição da informação permite que o fio condutor, representado pela figura do apresentador, circule por essas instâncias de fala. Durante essa circulação, as trocas dialógicas entre os apresentadores, os repórteres da rua e os convidados no estúdio são feitas de maneira coloquial garantindo a naturalidade de uma conversa informal. A pesquisa empírica, com a análise do conteúdo audiovisual foi essencial para concluir que o MGTV 1ª Edição é um jornal formado por notícias factuais. Cerca de 90% do noticiário são de matérias do dia. O conteúdo *light* não chega a 50%. Esses dados revelam que, apesar de veiculado na hora do almoço, uma faixa normalmente destinada ao noticiário mais leve, o MGTV não deixa de exibir fatos marcantes para a região.

Os dados colhidos durante a investigação foram reverberados pelo público. O grupo focal percebe e gosta dessa informalidade. A “distância” que existia antes, em função da linguagem mais séria e da formalidade dos enunciadores em relação ao público, conferia o que eles chamam de “peso à informação”. Apesar de reconhecer a importância da aproximação, o grupo ressalta que nem todo comunicador sabe conduzir a notícia de maneira leve mas com credibilidade. Para os integrantes, a falta de preparo pode comprometer a seriedade da notícia. Mas quando há dinamismo na enunciação ou quando os profissionais se soltam durante a fala, deixando os convidados igualmente à vontade, envolvem de maneira natural todos os integrantes do processo comunicativo – da emissão à recepção, permitindo que a notícia chegue ao destino facilmente compreendida. Para os componentes do grupo focal, o tom de conversa e as eventuais brincadeiras na cena de apresentação ajudam a descontrair, mas ressaltam que é importante que não haja excesso.

Investigar a reação do público em relação às mudanças tornou possível entender melhor como acontece a representação da proximidade com o novo formato do telejornal. O grupo focal lançou olhares surpreendentes sobre o MGTV 1ª Edição; uma experiência extremamente rica. A primeira surpresa foi a reação negativa em relação ao cenário. Alguns componentes do grupo, formado por homens e mulheres com diferentes idades e diferentes níveis educacionais, sociais e culturais, não aprovaram o novo espaço apesar de concordarem que isso pode mudar por questão de costume. Outros ponderaram que a alteração conferiu mais dinamismo à enunciação fugindo da formalidade existente até então no telejornal. Apesar da cena priorizar a cor branca, os integrantes consideraram o cenário muito colorido.

Uma unanimidade foi o posicionamento deles em relação aos apresentadores. Érica

Salazar, a titular do MGTV 1ª Edição foi adjetivada como simpática, espontânea, carismática e “a cara” do noticiário, corroborando para as hipóteses de personificação dos apresentadores que conferem sua identidade ao jornal que apresentam. A ligação que eles possuem com a jornalista é tão grande que os integrantes do grupo focal rejeitam toda e qualquer substituição durante as férias dela. Ficou comprovado também que, apesar da naturalidade e da informalidade na apresentação das notícias, os telespectadores conseguem perceber a seriedade do momento quando o tom foge da leveza. Muito desse clima é conferido pela expressão facial do apresentador.

O clima de afetividade na nova cena foi aprovado pelos componentes. O fato de os enunciadores dialogarem mais e até verbalizarem algumas opiniões promove o que eles chamam de interatividade, o que confirma nossa hipótese inicial. A informalidade projeta a audiência para o estúdio e, conseqüentemente, para a notícia. Além disso, o novo formato aproxima o telespectador do telejornal. A participação do grupo focal foi fundamental para que descobríssemos o novo sentido da bancada. Os integrantes reconhecem que o antigo formato, com a bancada, vai sumir com o tempo porque ele não se enquadra mais com a naturalidade da enunciação praticada no momento. A queda da bancada deixa os enunciadores à vontade. O acessório, como concebido no passado, foi considerado um entrave, um obstáculo, um limite entre o telejornal e o público. A formalidade começa a entrar em desuso. A tendência, sob a perspectiva do grupo focal é a informalidade, a troca entre um (emissor) e outro (receptor).

Esta dissertação não esgota o estudo do processo de identificação e aproximação do telejornal com o público por meio da cena de apresentação do telejornal. A encenação no espaço cênico que busca a naturalidade na divulgação das notícias é mais uma estratégia adotada pelos noticiários para alcançar a tão sonhada audiência. O momento agora é de transição em direção a outras mudanças que ainda estão por vir. A queda da bancada é um marco significativo, o início de uma nova era, a virada de uma página, o desenrolar de um novo caminho.

REFERÊNCIAS

- ABRUZZESE, Alberto. **O esplendor da TV: origens e destinos da linguagem audiovisual.** São Paulo: Studio Nobel, 2006.
- ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira.** São Paulo: Summus, 2004.
- AUMONT, Jacques. **O cinema e a encenação.** Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.
- BARA, Gilze. **Para além do “boa noite”:** os apresentadores de telejornais e o processo de identificação com o público. Dissertação de mestrado em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2012.
- BAUMAN, Zigmunt. **Identidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BECKER, Beatriz. **Do mito da imagem ao diálogo televisual:** repensando o ensino e a pesquisa em telejornalismo. In VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **40 anos de telejornalismo em rede nacional.** Florianópolis: Insular, 2009. p. 81-104.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade:** tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1985.
- BHABHA, Homi K. **O Local da Cultura.** Belo Horizonte: Editora da UFMG. 2005.
- BURLA, Gustavo. **O mapa da cena.** Juiz de Fora: FUNALFA Edições, 2004.
- CÁDIMA, Francisco Rui. **O fenômeno televisivo.** Lisboa: Círculo de Leitores, 1996.
- CANCLINI, Néstor. **A Globalização Imaginada.** São Paulo, Iluminuras, 2007.
- _____, Néstor. **Consumidores e Cidadãos.** Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.
- CARDOSO, João Batista Freitas. **Cenário televisivo:** linguagens, múltiplas fragmentadas. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2009.
- CASSETI, Francesco; CHIO, Federico di. **Análisis de La Televisión.** Instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1999.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade: a era da informação: economia, sociedade e cultura.** vol II. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2010
- COSTA, Maria Eugênia Belczak. **Grupo focal.** In DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005. p. 180-192.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo brasileiro**: a estrutura narrativa das notícias em TV. Tese de doutorado em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2003.

_____. **Dramaturgia do telejornalismo**: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão em Juiz de Fora-MG. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

_____. **Leitura e análise da imagem**. In DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 330-344.

_____. **Público, telejornalismo e identidade**: uma reflexão sobre as esferas noticiosas e o destinatário da informação televisual. In LAHNI, Cláudia; PINHEIRO, Marta (orgs). **Sociedade e Comunicação**: perspectivas contemporâneas. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. p. 13-30.

_____. **Telejornalismo como serviço público no Brasil**: reflexões sobre o exercício do direito à comunicação no Jornal Nacional/TV Globo. In VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **40 anos de telejornalismo em rede nacional**. Florianópolis: Insular, 2009. p. 65-80.

COUTINHO, Iluska; MUSSE, Christina. **Telejornalismo, narrativa e identidade**: a construção dos desejos do Brasil no Jornal Nacional. In VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **40 anos de telejornalismo em rede nacional**. Florianópolis: Insular, 2009. p. 15-30.

COUTINHO, Iluska; MATA, Jhonatan. **Dos personagens à incorporação do público**: uma análise sobre o lugar do cidadão no telejornalismo. In In VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2010. p. 233-249.

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

ENNE, Ana Lucia S.. **À perplexidade, a complexidade: a relação entre consumo e identidade nas sociedades contemporâneas**. In **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, vol. 3, nº 7, p. 11-29, jul. 2006.

FECHINE, Yvana. **A nova retórica dos telejornais**: uma discussão sobre o éthos dos apresentadores. Trabalho apresentado ao GT Estudos de Jornalismo do XVII Encontro da Compós. São Paulo, 2008a.

_____. **Televisão e presença**: uma abordagem semiótica da transmissão direta. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008b.

_____. **Procedimentos e configurações espaço-temporais no telejornal**. In VIZEU, Alfredo (org). **Sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 109-124.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Televisão & Educação: fruir e pensar a TV.** Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

FREIRE FILHO, João (org). **A TV em transição: Tendências de programação no Brasil e no mundo.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

GATTI, Bernadete Angelina. **Grupo focal na pesquisa em Ciências Sociais e Humanas.** Brasília: Liber Livro, 2005.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade.** São Paulo: UNESP, 1991.

GOMES, Itânia Mota. **Das utilidades do conceito de endereçamento para análise do telejornalismo,** Rio de Janeiro, e-papers, 2004.

_____, Itânia Mota. **Modo de endereçamento no telejornalismo do horário nobre brasileiro:** o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão. Trabalho apresentado ao NP Comunicação Audiovisual do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Rio de Janeiro, 2005.

GOMES, Renato Cordeiro; MARGATO, Izabel (org.). **Espécies de espaço:** territorialidades, literatura, mídia. Belo Horizonte, Ed. UFMG, 2008.

GOMES, Taiga Corrêa. **A localidade no telejornalismo:** um espaço de interação e pertencimento. Anais do Intercom Sudeste 2006 (CD'Rom). Ribeirão Preto, Maio 2006.

GUEDES, Frederico Belcavello. **A TV Industrial de Juiz de Fora:** memórias da juizdeforaneidade (1964-1979). Dissertação de mestrado em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2010.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia:** a organização da cor-informação no jornalismo. São Paulo: Annablume, 2003.

GUTMANN, Juliana Freire. **Articulações entre dispositivos televisivos e valores jornalísticos na cena de apresentação do Jornal Nacional.** GP Telejornalismo. Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Intercom (CD'ROM). Curitiba, 2009.

HAGEN, Sean. **A emoção como complemento à objetividade na imagem dos apresentadores de telejornal:** uma análise do processo de fidelização do telespectador. GT Estudos de Jornalismo. Anais do XVII Encontro da Compós (CD'ROM). São Paulo, 2008a.

_____. **A emoção como estratégia de fidelização da audiência:** Jornal Nacional e os laços de afetividade com o telespectador. **Verso e Reverso** (São Leopoldo), v. 50, p. 1-9, 2008b.

_____. **Jornalismo, mito e linguagem:** uma abordagem teórica dos apresentadores-

estrela. In VIZEU, Alfredo (org). **Sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 29-45.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

JOST, François. **Seis lições sobre a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LINS, Flávio. **Identidade regional nas vinhetas dos telejornais**: uma análise da representação visual na TV Panorama. Monografia de especialização em Globalização, Mídia e Cidadania. Faculdade de Comunicação. 2006 (Mimeo).

LINS, Flávio; BRANDÃO, Cristina. **Cariocas do brejo entrando no ar**: o rádio e a televisão na construção da identidade juiz-forana. Juiz de Fora: FUNALFA, 2012.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão levada à sério**. São Paulo: SENAC, 2000.

MACHADO, Márcia Benetti; HAGEN, Sean. **Jornalismo e o mito da perfeição andrógina**. In **UNI Revista**, v. 1, n. 3, julho 2006.

MACIEL, Pedro. **Jornalismo de televisão**: normas práticas. Porto Alegre: Sagra, 1995.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**: a vida pelo vídeo. São Paulo: Moderna, 1988.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Editora Senac, 2004

MARTINS, Simone Teixeira. **Identidade no telejornalismo local**: a construção de laços de pertencimento entre a TV Alterosa Juiz de Fora e seu público. Dissertação de mestrado em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2009.

MATA, Jhonatan Alves Pereira. **Um telejornal pra chamar de seu**: identidade, representação e inserção popular no telejornalismo local. Dissertação de mestrado em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2011.

MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira**: Uma visão econômica social e política. Petrópolis: Vozes, 2010.

MATTOS, Sérgio. **A televisão no Brasil**: 50 anos de história (1950 – 2000). Salvador: Ianamá, 2002.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional**: a notícia faz história. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX**: Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

MOTA, Célia Ladeira. **O âncora**: um mediador entre a notícia e a nação. Anais do VII

Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (CD'ROM). São Paulo, 2009.

MUSSE, Christina Ferraz. **Imprensa, cultura e imaginário urbano**: exercício de memória sobre os anos 60-70 em Juiz de Fora. Juiz de Fora: Funalfa, 2008.

OLIVEIRA, Livia Fernandes de. **TV Mariano Procópio**: representação e pioneirismo na história audiovisual de Juiz de Fora. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

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

PORCELLO, Flávio. **O impacto dos avanços tecnológicos e a evolução do discurso do poder na TV**. In VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **40 anos de telejornalismo em rede nacional**. Florianópolis: Insular, 2009. p. 47-64.

PORTO, Mauro. **Novos apresentadores ou novo jornalismo?** O Jornal Nacional antes e depois da saída de Cid Moreira. In **Comunicação e Espaço Público**, v. 5, n. 1/2, 2002, p. 9-31.

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

SALAZAR, Érica. Érica Malsoldo Salazar: entrevista [agosto, 2012]. Entrevistadora: Renata Venise Vargas Pereira. Juiz de Fora: Em TV Integração, 2012. Entrevista concedida à dissertação de Mestrado “A queda da bancada e as mudanças na cena de apresentação dos telejornais: em busca da identidade e aproximação com o telespectador – uma análise do MGTV Primeira Edição” do PPGCom da UFJF.

SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e diferença**. A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2005.

SILVA, Edna de Mello; ROCHA, Liana Vidigal. **Telejornalismo e Ciberespaço**: convergência de tecnologias e informação. In VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2010. p. 197-214.

SQUIRRA, Sebastião. **Boris Casoy, o âncora no telejornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1993.

STÜMER, Adriana; SILVEIRA, Ada Cristina Machado da. **A casa da vovó na TV**: a captura de uma identidade étnica e sua representação televisiva. In **UNI Revista**. Vol. 1, nº 3, jul. 2006.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **A mistura dos gêneros e o futuro do telejornal**. In VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil**: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010. p. 101-126.

TRINTA, Aluizio Ramos. **Televisão e formações identitárias no Brasil**. In LAHNI, Cláudia; PINHEIRO, Marta (orgs). **Sociedade e Comunicação: perspectivas contemporâneas**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. p. 31-50.

_____. **Telenovela: Representações sociais e identitárias, cultura e nacionalismo**. Juiz de Fora: PPGCom UFJF, 2010. Notas de aula.

VICIOLI, Marcelo. Marcelo Vicioli: entrevista [agosto, 2012]. Entrevistadora: Renata Venise Vargas Pereira. Juiz de Fora: Em TV Integração, 2012. Entrevista concedida à dissertação de Mestrado “A queda da bancada e as mudanças na cena de apresentação dos telejornais: em busca da identidade e aproximação com o telespectador – uma análise do MGTV Primeira Edição” do PPGCom da UFJF.

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.

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

_____. (org). **Sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. **A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência**. In VIZEU, Alfredo (org). **Sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 11-28.

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

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

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

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

WHITE, Ted. **Jornalismo eletrônico: redação, reportagem e produção**. São Paulo: Roca, 2008.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual**. In: In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**. Editora Vozes: Petrópolis. 2002. p.07-72.

YORKE, Ivor. **Telejornalismo**. São Paulo: Rocca, 2006.

ZETTL, Hebert. **Manual de produção de televisão**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

Sites e outros produtos midiáticos consultados:

BLOG COMUNICAÇÃO COMO UM DIREITO HUMANO INALIENÁVEL.

Disponível em

http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=6761 <Acesso em 11/10/2010, 14h49>

BLOG RESUMO DA NOTÍCIA. Disponível em:

<http://www.resumodanoticia.com/2010/08/globo-mg-reformula-jornais-locais-e.html>
<Acesso em 19/11/2010 às 16h45>

G1. Belo Horizonte: Rede Globo. Disponível em: <http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2010/08/bom-dia-minas-e-mgtv-ganham-novo-formato-na-globo-minas.html>

<Acessos em 09/05/2011 às 11h20 e em 13/11/2012 às 10h57>

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em:

http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=2222&id_pagina=1 <Acesso em 11/10/2012, 14h44>

MEGAMINAS.COM. Uberlândia: TV Integração. Disponível em:

<http://megaminas.globo.com/2011/05/09/tv-panorama-estreia-novo-cenario>
<Acesso em 09/05/2011 às 15h03>

MEMÓRIA GLOBO. Rio de Janeiro: Rede Globo. Disponível em:

<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-237480,00.html>
<Acesso em 17/12/2012 às 15h47>

MGTV 1ª EDIÇÃO. Juiz de Fora: TV Panorama/TV Integração. Edições de 27/06/2011, 28/06/2011, 29/06/2011, 30/06/2011, 27/03/2012, 04/04/2012, 12/04/2012, 27/04/2012, 07/05/2012, 26/05/2012

TV INTEGRAÇÃO MINAS É VOCÊ. Juiz de Fora: TV Integração. 01/04/2012.

APÊNDICES

APÊNDICE 1

Perguntas feitas aos componentes do grupo focal

- 1) O que vocês acham sobre o MGTV primeira edição?
- 2) Antigamente o cenário do MGTV era assim. O que vocês me falam sobre esta foto?
- 3) Depois, o cenário ficou desse jeito. O que dizer sobre este registro?
- 4) Que impressões vocês têm ao ver esta foto?
- 5) Agora, estamos diante de um novo cenário. Vamos lembrar como ele é?
- 6) O que mais impressiona você nessa cena?
- 7) O que vocês acham dessa circulação da apresentadora sobre o cenário?
- 8) Que tipo de sensação isso provoca em vocês?
- 9) Vocês percebem que, antigamente, a bancada ocupava um lugar de destaque no cenário. Como ela fica agora no novo cenário?
- 10) Vocês gostam disso?
- 11) A apresentadora em alguns momentos vira de costas para o público para olhar o telão. Que postura é essa?

APÊNDICE 2

CD contendo:

- Transcrição da íntegra do conteúdo do grupo focal
- Transcrição da íntegra da entrevista feita com a apresentadora e editora Érica Salazar
- Transcrição da íntegra da entrevista feita com o gerente de jornalismo da TV Integração em
Juiz de Fora, Marcelo Vicioli
- Decupagem das edições analisadas do MGTV 1ª Edição
- Gravações dos jornais analisados do MGTV 1ª Edição