

UNIVERSIDADE TIRADENTES

EMANUEL OLIVEIRA PEREIRA

**O INFOTENIMENTO COMO RECURSO PARA A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA  
DENTRO DO HORA UM**

Aracaju - SE

2018

EMANUEL OLIVEIRA PEREIRA

O INFOTENIMENTO COMO RECURSO PARA A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA  
DENTRO DO HORA UM

Monografia apresentada à Universidade Tiradentes como um dos pré-requisitos para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo.

ORIENTADORA

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Jaqueline Neves Moreira

Aracaju - SE

2018

EMANUEL OLIVEIRA PEREIRA

O INFOTENIMENTO COMO RECURSO PARA A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA  
DENTRO DO HORA UM

**FOLHA DE APROVAÇÃO**

Monografia apresentada à Universidade Tiradentes como um dos pré-requisitos para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo.

Aprovada em: 06 / 06 / 2018.  
Banca Examinadora

---

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Jaqueline Neves Moreira

---

Prof<sup>a</sup>. MSC. Juliana Almeida

---

Prof<sup>a</sup>. MSC. Talita de Azevedo Déda

À memória da minha Vó Marizinha  
Oliveira da Silva.

## AGRADECIMENTOS

Devo toda gratidão em relação a realização deste trabalho graças:

A Deus poderoso, criador e pai de infinita bondade e misericórdia, que sempre esteve na frente de todos os momentos e me deu forças pra seguir em mais um sonho. À minha melhor confidente, parceira, amiga e fabulosa Mãe, Ceíça Oliveira, que chorou, sorriu e vibrou comigo durante esses quatro anos que estive longe de casa. Ao meu guerreiro, companheiro e Pai herói Francisco Pereira (Teté), que mesmo do Ceará esteve comigo e fez o possível e o impossível para que esse e todos os sonhos da minha se tornem realidade. Quero dizer que vencemos!

Aos meus Tios, Vânia Correia e Ademir Correia, em que tenho um carinho e respeito imenso e deram o ponta pé inicial me recebendo tão bem aqui em Aracaju para uma das etapas mais importantes da minha vida, ser Jornalista.

Ao meu Tio Carlos Oliveira, que me ajudou direta e indiretamente com suas palavras, suas orações e todo o seu esforço pra me ver bem e realizado. Tio, vencemos!

À minha Vó Marizinha (*in memoriam*), que tanto me amou, que lutou por mim e sempre acreditou num sonho que veio desde cedo. Vó, onde estiver, eu sei que estará feliz e sempre de olho em mim com seu amor e proteção.

Aos meus familiares, especialmente a minha prima Alinne Alcantara, também jornalista que sempre me deu forças para lutar e alcançar meus objetivos.

À minha orientadora, Jaqueline Neves por toda sua paciência, serenidade e comprometimento.

À jornalista Fabia Angélica Dejavite, autora do livro base para realização desta pesquisa, muito prestativa e que se tornou uma amiga.

À Universidade Tiradentes, à coordenadora Valéria Bonini e todos os meus professores da graduação que contribuíram significativamente para minha formação profissional. Em especial Juliana Almeida e Susane Vidal que marcaram minha vida, com ensinamentos, dicas e conselhos que guardarei pra sempre. Quero agradecer também a equipe do Unit Notícias, onde aprendi tudo que sei sobre televisão hoje. Todo carinho e respeito!

Gostaria de agradecer também à todos que diretamente ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho. Meus sinceros agradecimentos!

## RESUMO

Esta pesquisa se trata de um trabalho para a conclusão do curso, e por meio da análise de conteúdo pretende mostrar o quanto o infotimento, nomenclatura referida ao modelo híbrido proposto pela autora Dejavite (2006) em prática ao jornalismo e entretenimento está presente dentro do telejornal matinal Hora Um da Notícia, exibido diariamente na TV Globo. Com poucos estudos acerca do tema, até então apenas trabalhos envolvendo o Esporte e Revistas Eletrônicas referiam-se a temática do infotimento. Esta monografia, procura somar-se e dar continuidade aos demais trabalhos que virão em relação a esta nova especialidade jornalística, que se originou em meados de 1980 para suprir a necessidade do receptor da contemporaneidade que é se informar e entreter ao mesmo tempo. Para compreender mais sobre o cenário do telejornalismo no Brasil, o trabalho traz um relato sobre o telejornalismo brasileiro e também a importância da evolução histórica do telejornal, pois é de suma importância para compreender todo processo de evolução de quando originou-se até os dias atuais. O estudo ressalta ainda os critérios de noticiabilidade, que servem para selecionar os fatos e participam da estrutura de fabricação da notícia desde a produção até o produto final. Para firmar maior entendimento, a pesquisa propõe também a explicação sobre os gêneros jornalísticos, facilitando o conhecimento dos gêneros e suas especificidades no jornalismo além de breve explanação sobre os gêneros na TV, já que a pesquisa fala sobre televisão. O trabalho traz ainda um relato sobre o jornalismo e entretenimento e o surgimento do jornalismo de infotimento bem como o conceito dessa nova especialidade. Por fim, são apresentadas as informações acerca do objeto (Hora Um da Notícia), com informações sobre o telejornal bem como a análise para medir a presença do infotimento na apresentação e reportagens. Após o processo analítico, foi possível concluir com êxito que essa especialidade de jornalismo se faz presente sim no processo de construção da notícia, atendendo ao receptor contemporâneo, informando e entretendo-o.

**PALAVRAS-CHAVE:** Infotimento, Televisão, Hora Um da Notícia.

## **ABSTRACT**

This research is a work for the conclusion of the course, and through content analysis aims to show how much the infotainment, nomenclature referred to the hybrid model proposed by the author Dejavite (2006) in practice to journalism and entertainment is present in the Morning One newscast, aired daily on Globo TV. With few studies about the theme, until then only works involving Sports and Electronic Magazines referred to the infotainment theme. This monograph, seeks to add and continue the other works that will come in relation to this new journalistic specialty, which originated in the mid-1980s to supply the need of the receiver of contemporaneity that is to inform and entertain at the same time. To understand more about the scenario of telejournalism in Brazil, the paper reports on Brazilian television journalism and also the importance of the historical evolution of television news, since it is of the utmost importance to understand the evolution process from when it originated to the present day . The study also highlights the newsworthiness criteria, which serve to select the facts and participate in the structure of news production from production to final product. In order to establish a better understanding, the research also proposes an explanation of journalistic genres, facilitating the knowledge of the genres and their specificities in journalism, as well as a brief explanation about the genres on TV, since the research speaks about television. The work also includes an account of journalism and entertainment and the emergence of infotainment journalism as well as the concept of this new specialty. Finally, the information about the object (Time One of the News) is presented, with information about the newscast as well as the analysis to measure the presence of infotainment in the presentation and reports. After the analytical process, it was possible to conclude successfully that this specialty of journalism is present rather in the process of construction of the news, attending to the new contemporary receiver, informing and entertaining it.

**KEYWORDS:** Infotainment, Television, Time One of the News.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Monalisa Perrone no estúdio no dia da estreia do Hora Um da Notícia.....	48
Figura 2: Na esquerda de azul Izabella Camargo, jornalista que cuida da Previsão do tempo. Na direita de preto Monalisa Perrone, Apresentadora do Hora Um da Notícia. .....	48
Figura 3: Monalisa Perrone na bancada do Hora Um da Notícia, telejornal que apresenta desde 2014.....	49
Figura 4: Monalisa Perrone no giro de câmeras desta edição.....	52
Figura 5: Izabella Camargo (Rosa) e Monalisa Perrone (Vermelho) no momento da previsão do tempo. Ao fundo, o telão interativo.....	54
Figura 6: Izabella Camargo e Monalisa Perrone envolvidas pelo xale.....	56
Figura 7: Izabella Camargo e Monalisa Perrone comparando o figurino.....	58
Figura 8: Izabella Camargo e Monalisa Perrone durante a previsão do tempo.....	60
Figura 9: Apresentadora Monalisa Perrone na abertura do Hora Um.....	64
Figura 10: Izabella Camargo e Monalisa Perrone durante previsão do tempo.....	66
Figura 11: Momento que Bianca Rothier dá tchau atendendo ao pedido de Monalisa. .....	67
Figura 12: Rodrigo Bocardi e Monalisa Perrone falando sobre o Chá de Monalisa..	68
Figura 13: Correspondente Marcos Courrege e Monalisa Perrone no final da entrada .....	72
Figura 14: Momento em que as apresentadoras se abraçam no encerramento.....	73
Figura 15: Anderson e a repórter Giuliana Girardi no ateliê em que trabalha.....	76
Figura 16: Momento da passagem da repórter Giuliana Girardi na penitenciária.....	76
Figura 17: Parentes do Anderson no momento do depoimento de sua filha.....	77
Figura 18: Izabella Camargo e Monalisa Perrone comentando sobre a matéria.....	78
Figura 19: Imagem do voo das aves em pleno céu.....	80
Figura 20: Momento da passagem da repórter de Santa Catarina.....	81
Figura 21: Izabella Camargo e Monalisa Perrone encerrando o jornal juntas.....	82

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2. O TELEJORNALISMO NO BRASIL.....</b>	<b>15</b>
2.1 Evolução histórica do Telejornal.....	19
2.2 Critérios de Noticiabilidade.....	25
<b>3.0 GÊNEROS JORNALÍSTICOS.....</b>	<b>28</b>
3.1 Gêneros na Televisão.....	29
3.2 Gênero Informativo.....	31
3.3 Gênero Opinativo.....	33
3.4 Gênero Utilitário.....	34
3.5 Gênero Diversional.....	34
<b>4.0 INFORMAÇÃO E ENTRETENIMENTO NO JORNALISMO.....</b>	<b>37</b>
4.1 O Infotimento na Televisão Brasileira.....	38
<b>5.0 ANÁLISE DO HORA UM DA NOTÍCIA.....</b>	<b>43</b>
5.1 Metodologia da Pesquisa.....	43
5.2 Características do Hora Um.....	45
5.2.1 Equipe e Cenário.....	47
5.2.2 A Apresentadora.....	49
5.2.3 Estrutura e Condução.....	50
5.3 Como o Infotimento está presente na Apresentação e Reportagens do Hora Um da Notícia.....	51
<b>6.0 CATEGORIA APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>52</b>
6.1 Previsão do tempo do dia 24 de abril de 2017.....	52
6.1.1 Classificação e Características do Infotimento.....	57
6.2 2 - Dia 05 de Maio de 2017 – Previsão do Tempo e Lançamento da Campanha de Dia das Mães.....	57
6.2.1 Classificação e Características do Infotimento.....	62
6.3 3 – Dia 01 de Dezembro de 2017 – Aniversário de 3 anos.....	63
6.3.1 Classificação e Características do Infotimento.....	73
<b>7.0 CATEGORIA REPORTAGEM.....</b>	<b>75</b>
7.1 1 – Dia 23 de Abril de 2018 – Reportagem sobre o Crochê.....	75
7.1.1 Classificação e Características do Infotimento.....	79
7.2 2 – Dia 24 de Abril de 2018 – Papagaio Charão.....	79

7.2.1 Classificação e Características do Infotendimento.....	82
<b>7.3 Informação e Entretenimento dentro do Hora Um.....</b>	<b>83</b>
<b>8.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>85</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>88</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>91</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Em 1950, há cerca de 67 anos, chegava um equipamento audiovisual no Brasil que trazia movimento em tela, e que prometia mudar a rotina dos brasileiros. Fundada por Assis Chateaubriand, o primeiro aparelho de TV do Brasil era de origem norte americana, desde então ganhou força e se tornou cada vez mais presente na sociedade. Para se ter uma ideia, no ano de 2011 cerca de 96,6% da população possuía mais aparelhos de televisão do que geladeira para armazenar os mantimentos, conforme pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O primeiro telejornal exibido no Brasil foi o *Imagens do Dia*, exibido um dia depois da fundação da TV Tupi, a primeira TV nacional. Com o passar do tempo, o telejornalismo foi se reinventando, adquirindo novos formatos e aderindo ainda mais as participações dos telespectadores.

Com o aumento da participação popular e a evolução dos gêneros nos telejornais, surgiram possibilidades como as conferidas pelo gênero diversional que, segundo De Rezende (2013), tem ligação direta em um dos objetivos da televisão que é informar, formar e divertir.

O jornalismo de entretenimento, ou INFOtenimento como é mais conhecido, nasceu em meados de 1980, mas só ganhou espaço com as mudanças gradativas nas redações, adaptações nas linhas editoriais e no formato dos jornais. Em sua obra: *INFOtenimento, Informação + Entretenimento no Jornalismo*, publicada no ano de 2006, Dejavite afirma que a necessidade de entreter o telespectador através de uma informação ou conteúdo dentro do jornalismo, resume a criação dessa nova especialidade jornalística. Ainda segundo a autora, essa especialidade se faz cada vez mais presente nas formas atuais de praticar o jornalismo, tais como a constante interação do público.

No ano de 2009, a Rede Globo Nordeste apostou num novo formato para um de seus telejornais, o NETV. As mudanças não aconteceram apenas no cenário, mas também na linguagem, narrativa e recursos para a construção do jornal. Nesse momento, a televisão não seria apenas um acessório que serviria para decorar, assistir filmes e programas de auditório, passando a ser companheira das pessoas, através de serviços de utilidade pública como a informação em tempo real e o

realismo proporcionado pelos factuais e a instantaneidade, de forma semelhante ao rádio durante muitos anos.

A formalidade dos apresentadores não mais satisfazia o telespectador/consumidor da notícia contemporânea que, segundo Dejavite (2006), passava a querer informação e entretenimento de forma mutua. Nesta perspectiva, é possível citar como exemplo o tradicional “Boa tarde” na despedida ou abertura do telejornal como cumprimento que já não bastava para o público, pois este queria algo mais leve e dinâmico, adequando-se à utilidade pública e às notícias do dia como prestação de serviço. Diante de uma rotina composta por uma carga de atividades consideráveis, o telespectador criaria um laço afetivo com o telejornal e com a figura dos apresentadores, possibilitando assim mudanças na narrativa, na construção das reportagens e na apresentação do telejornal.

A necessidade de assistir a conteúdos informativos e se entreter passou a ser tamanha, que essa vontade do telespectador deixou de ser colocada em segundo plano dentro do jornalismo, como afirma Dejavite (2006), e passa a ser considerados como valores essenciais da sociedade da informação, resultando no objetivo de proporcionar um “respiro” entre as notícias mais pesadas, ou uma sensação de bem-estar e leveza diante de notícias que tenham um grande impacto. Deste modo, a presença do INFOtenimento passa acontecer de forma implícita ou explícita no telejornalismo.

Diante do exposto, este trabalho objetivou analisar como essa especialidade de jornalismo se aplica ao Hora Um da Notícia, telejornal da TV Globo. Assim, teve como foco as formas como são conduzidas as reportagens, os infográficos, as participações nos quadros e, principalmente, a apresentação medindo assim a presença do infotenimento dentro do telejornal. Segundo Dejavite (2006), o INFOtenimento está tão presente neste processo que confere sensação de prazer e de diversão para as pessoas. Seja para a promoção de uma ruptura com a vida real, ou por um simples fato vivenciado na rotina, promove um crescimento intelectual, aproximando ainda mais o telespectador daquele telejornal.

A ideia da análise de INFOtenimento dentro Hora Um se aplica na maneira como são conduzidos os conteúdos, a linguagem narrativa e os elementos do telejornal, bem como nos aspectos da apresentação, reportagens, comentários e quadros como a previsão do tempo. Tem-se então diferentes abordagens nas formas como os assuntos são tratados, conforme a necessidade das notícias e a demanda

dos telespectadores. Neste contexto a TV Globo realiza constantes pesquisas para saber a opinião e medir a participação do público na avaliação de reportagens, do que está sendo exibido e do que as pessoas gostariam que fosse ao ar. Por meio desses levantamentos e necessidade de novas pautas, são desenvolvidas, aprimoradas e testadas novas formas de fazer jornalismo em prol de atrair o público com assuntos mais leves e que tenham relevância para eles.

A importância de trabalhar esse tema se define diante da rotina das pessoas, haja vista a necessidade de se entreter através da televisão mesmo com o conteúdo de um telejornal, fazendo diferença para o telespectador (DEJAVITE, 2006). O quanto uma reportagem que fala de um assunto considerado simples pode estar próxima a alguém que assiste ao telejornal, é algo que diz respeito à utilidade pública, condução da linguagem, bem como a forma como o Bom Dia, um comentário e a sua abordagem fazem diferença em função de estratégias, estudos das emissoras e pesquisas baseadas no comportamento e na elaboração da informação.

Segundo Dejavite (2006), a solicitação feita pelo receptor, ou seja, o consumidor da informação, é encontrar uma matéria que lhe satisfaça diante de suas necessidades, demandas e interesses, e que também o distraia e permita viver o fato, seja através de situações cotidianas ou de formas de expressão através de gestos que lhe remetam a momentos já vividos ou que façam parte constante do processo da criação de uma identidade cultural.

Ainda sobre a ótica de Dejavite (2006), podemos perceber que a população recebe uma sobrecarga de informações pesadas, conteúdos sangrentos, situações políticas indesejadas, conflitos de guerra pelo mundo à fora, dentre outros conteúdos. Contudo, apesar dessas informações serem de cunho público e terem grande teor de relevância, é plausível que em meio a tanto caos se mescle algo capaz de seduzir o telespectador, seja através da linguagem, do tema ou de alguma característica específica, aspectos que poucos conseguem alcançar.

Paternostro (2006), ao publicar “O texto na TV, Manual de Telejornalismo” salientou que o receptor deve assimilar a informação de uma só vez. Quando se refere a isso, ela esclarece que a linguagem do telejornalismo deve ser clara e objetiva, sendo capaz de seduzir o telespectador, pois, nem sempre é possível voltar a informação passada, visto que ela é dita apenas uma vez.

No que se refere à metodologia, este estudo utilizou a análise de conteúdo das edições do Hora Um da Notícia, disponibilizadas na página do telejornal na internet, bem como as suas exibições na íntegra. Vale ressaltar que os conteúdos analisados foram de edições alternadas, num total de cinco programas, sendo dois de 2018 e três de 2017, por ter sido um ano significativo para o Hora Um, em função de lançamento de campanhas como o dia das mães e o aniversário de três anos do telejornal em dezembro.

Trata-se de uma temática ainda pouco abordada no país, razão pela qual não estão disponibilizados muitos estudos. Fundamentaram as análises as obras de autores como Fabia Angélica Dejavite, que trata a temática do INFOtenimento, Vera Íris Paternostro (2006), que discorre sobre as formas de escrever o texto televisivo, e outros autores brasileiros e Portugueses, a citar: Análise dos Conceitos de Jornalismo Tradicional, Entretenimento e Jornalismo de INFOtenimento e as relações (in)existentes entre eles no meio Televisivo, Ana Paula Vêras de Carvalho (2014), Infoentretenimento nos Programas Televisivos: O caso das estações televisivas portuguesas, Daniela Filipa Ribeiro Alves (2013), A Notícia *Light* e o Jornalismo de INFOtenimento, Fabia Angélica Dejavite (2007).

Inicialmente, o trabalho traz informações sobre o telejornalismo no Brasil e evolução histórica do telejornal para melhor compreensão do leitor com relação as etapas dos telejornais e os critérios de noticiabilidade para entender sobre o preparo de notícias. Logo em seguida, no terceiro capítulo, o estudo traz informações e conceitua os gêneros jornalísticos no Brasil e na TV para dimensionamento do estilo e das especificidades de cada tipo de jornalismo, entre o informativo, opinativo, utilitário e diversional ressaltando a escolha desses gêneros pelo fato de serem os mais identificados no telejornal.

No quarto capítulo, a monografia mostra o conceito de jornalismo e entretenimento mostrando a visão de alguns estudiosos em relação ao assunto. Ainda neste capítulo, o estudo foca também no conceito do infotenimento bem como a sua presença na televisão brasileira, discorrendo brevemente de alguns programas em que se foi detectada a sua presença.

A partir do quinto capítulo, inicia-se a análise com informações acerca do objeto, o Hora Um da Notícia onde são inseridas as categorias de analíticas de apresentação e reportagem bem como os resultados obtidos e por fim as considerações finais.

## 2. O TELEJORNALISMO NO BRASIL

O telejornalismo no Brasil surgiu com a chegada da televisão e desde 1950 vêm crescendo de forma gradativa no âmbito da disponibilização de conteúdo para a sociedade. Faz-se válido para este estudo estabelecer uma relação entre o telejornalismo no Brasil e suas funções, tendo em vista posterior compreensão sobre sua aplicabilidade e funcionamento dentro da produção das informações.

A realidade do cotidiano da sociedade começava a ser transmitida através do primeiro telejornal exibido no país. O *Imagens do Dia* chamava atenção pela instantaneidade, pois era colocado no ar ao vivo, de modo que todo o material que chegava era exibido de forma bruta. Pela dificuldade tecnológica da época e também por conta do tempo que era curto, a edição era pouco utilizada. Contudo, com o transcorrer dos anos o telejornalismo foi tomando novas formas e acompanhando as demais mídias, moldando-se de acordo com o gosto do brasileiro, e assimilando sua função de credibilidade.

Para Ramonet (1999) a televisão assumiu não apenas o primeiro lugar em mídia e diversão, mas também assumiria o primeiro lugar em informação. A relação antes larga com o público consumidor de jornalismo, passa a se estreitar cada vez mais através das informações que eram construídas de acordo com o gosto daquele determinado grupo alvo, gênero ou classe social.

Segundo Marcondes Filho (2008), a relação com o processo comunicacional acontece de acordo com a vontade individual. O interesse por saber vai de acordo com a área, bem como a informação buscada e a necessidade de obter sobre tal conhecimento que se quer. Esse processo está interligado com o consumo de informações construídas para suprir a necessidade da sociedade da informação, em conformidade com o repertório cultural, meio em que se vive e comportamentos.

Não só a televisão, mas também as outras maneiras de se fazer jornalismo têm funções e espaços previamente estudados e marcados de acordo com as relações pré-estabelecidas nas grandes redações. Segundo VIZEU (2002), a maior preocupação das editorias está relacionada com o entendimento dos conteúdos que de forma direta impacta na audiência.

O exemplo ilustra bem que na rotina dos jornalistas, na hora de decidir o que é noticiável ou não, o que vai para o ar ou não, a preocupação com a audiência está presente de uma forma implícita. O profissional, de uma maneira ou de outra, está sempre preocupado com o que o público, um público presumido, espera de uma notícia (VIZEU, 2002, p. 1).

Todas as reportagens construídas passam por um processo antes de serem veiculadas, necessitando de editores de imagens, texto, redatores e editor-chefe para finalizar o produto. Segundo Paternostro (apud WHITE, 2006, p. 50), a escrita para televisão significa escrever para os ouvidos, pois o texto escrito é unicamente para ser falado. Assim, através desse texto a realidade é reproduzida narrando acontecimentos diários, serviços de utilidade pública, política, notícias policiais.

Vizeu (2002) defende que o jornalismo não é apenas uma das formas de construir a realidade, mas sim uma função que, de alguma forma, serve para contribuição e construção social da realidade.

O jornalismo não é uma simples reprodução da realidade. Diariamente, no exercício da sua atividade, os jornalistas contribuem para a construção social da realidade. Sua postura ética é de fundamental importância para a manutenção e o aperfeiçoamento da sociedade democrática (VIZEU, 2002, p. 5).

Neste âmbito, o telejornalismo se torna cada vez mais forte, pois o processo de construção de notícia passa a ganhar mais credibilidade através dos processos utilizados para recolher as informações. Diferente do rádio, a televisão traz os recursos visuais, e mostram através das imagens escolhidas, o momento do estopim, ou seja, o momento mais quente do fato ao qual o telespectador dispensará maior atenção diante do que está sendo mostrado. Questiona-se então como duvidar dessa capacidade? Realmente a imagem mostra, e com isso o recurso visual aumenta o vislumbre e confere mais força ao fato, afinal o senso comum diz que “é ver para crer”.

Se a televisão assim se impôs, foi não só porque ela apresenta um espetáculo, mas também porque ela se tornou um meio de informação mais rápido do que os outros, tecnologicamente apta, desde o fim dos anos 80. (RAMONET, 1999, p. 26-27)

Deste modo, assim que o telespectador liga a televisão ele busca atender as suas necessidades, interagir de forma mais assertiva e procurar novidades próximas. Isto é, as tecnologias vão avançando com o passar dos anos e as emissoras de TV buscam mecanismos para acompanhar tal progresso. Na contemporaneidade, com a intenção de acompanhar as redes sociais, as emissoras de televisão estão apostando em novos aplicativos, participações mais intensas do telespectador e a colaboração deles com maior grau de presença. Tem-se então que “Com este tipo de auto-observação, a sociedade estimula-se a si à constante inovação” (LUHMANN, 2005, p. 132).

Cabe salientar que até este ponto foi enfatizada a importância do telejornalismo no âmbito informativo no Brasil e como ele vem se desenvolvendo. Contudo, faz-se essencial abordar também o processo da produção da notícia e a evolução do telejornal e do jornalista diante do papel fundamental em suas funções que são delimitadas. A este respeito, sabe-se que na televisão, por exemplo, o jornalista pode exercer vários cargos, tais como editor, redator, produtor, diretor de jornalismo, chefe de redação, chefe de reportagem, repórter, entre outros.

Diante das variadas possibilidades de atuação no jornalista no campo profissional do telejornalismo, é possível entender a importância deste profissional no processo de construção da informação. A vida cotidiana, juntamente com a rapidez do jornalismo, faz com que o repórter, especificamente, faça jus a sua função de ser o canal entre a notícia e o público. Segundo Lobo (2013), o ato de informar é caracterizado pela transmissão de dados técnicos sobre determinado assunto. Ainda segundo o autor, por conta da grande saturação de informação, fica sobre a incumbência dos profissionais da comunicação a interpretação, bem como a atribuição de sentido para a produção de um bem intelectual, o que atribui ao leitor ou telespectador interpretar e conferir possíveis reflexões sobre o assunto tratado.

Para produzir conteúdos com qualidade, o telejornalista precisa estar atento às fontes, ao encaminhamento que se quer e às possibilidades efetivas para a matéria. De acordo com Vizeu (2002), é necessário ter competência para construir, moldar e transmitir a informação, pois, “na elaboração do seu texto, o jornalista vai utilizar procedimentos de seleção e combinação, mediante unidades que articuladas, vão se transformar em mensagens, ou de um modo mais abrangente, em discursos sociais” (VIZEU, 2002, p. 4).

A notícia serve para suprir as necessidades informativas da sociedade sobre os acontecimentos de grande relevância a partir dos critérios de noticiabilidade, que sejam factuais e que precisem ser mostrados para a sociedade, além do teor de utilidade pública e de prestação de serviço. Além de fazer a preparação dos conteúdos, o jornalista precisa elencar as prioridades que chegam por meio dos aplicativos de colaboração. Segundo Paternostro (2006), “a sensibilidade aliada ao bom senso, que todo jornalista deve ter, vai indicar como e quando esses recursos precisam ser usados” (PATERNOSTRO, 2006, p. 89).

Com a utilização das modernas ferramentas de comunicação e informação, o público se aproxima cada vez mais do processo noticioso mediante participação direta, sempre contribuindo, mostrando e sugerindo o que quer ver no ar.

A este respeito, o entendimento de Vizeu (2002) corrobora com esse conceito de fazer jornalismo, pois, para ele, o telejornal tem papel democrático na sociedade.

O noticiário televisivo se converteu em um lugar onde se pratica, de uma forma simulada, o exercício democrático das grandes questões sociais. É a “Praça Pública” que converte o exercício da publicização dos fatos como possibilidade da prática da democracia (VIZEU, 2002, p. 2)

Diante desse processo referente à produção da informação, as emissoras de televisão mantêm os padrões de apresentação conforme necessidades editoriais. É notório que os canais de tevê têm públicos diversos de acordo com os horários e a programação. Para manter um telejornal no ar, o padrão de apresentação e o formato dele precisa ser adequado aos gostos do público daquele programa, de modo que mudanças sejam feitas em prol de conquistar maior número de pessoas. Nesta perspectiva, Mello (2009) exemplifica o quanto a figura do apresentador faz a diferença na audiência e aceitação do público.

Para manter a audiência do Jornal Nacional que antecedia o horário da novela das “oito”, a Globo escolhia um apresentador de boa voz e com aparência de galã, para captar a atenção das mulheres que representavam a maioria dos telespectadores. Era manter o público feminino fiel durante e depois do JN. Para tanto, a emissora contratou o experiente Cid Moreira, que, havia destacado o seu potencial na apresentação do ‘Jornal Vanguarda’. Ele permaneceu à frente do JN por mais de 15 anos (MELLO, 2009, p. 6).

Verifica-se então que com o transcorrer dos anos o gosto pelo formato padrão dos apresentadores foi se moldando de acordo com a evolução das tecnologias e da sociedade. Contudo, aspectos como credibilidade, seriedade e comprometimento são apontados como essenciais e, por isso, precisam ser mantidos, haja visto que a forma como a informação é passada é caracterizada por um conjunto de elementos como o ritmo, a linguagem corporal e a voz. Para Marcondes Filho (2008, p. 63) “a voz é aquilo que instala-se por um período mais longo e mais profundamente em nós.”

De acordo com Vizeu (2002), a notícia na televisão se apoia na narrativa falada, o que significa que todo o conjunto é imprescindível para a construção do telejornal, mas que a narrativa merece maior atenção em função de despertar o interesse do público através da abordagem dos assuntos pelas informações que são veiculadas

## **2.1 Evolução Histórica do Telejornal**

Entender sobre o telejornalismo no Brasil e a evolução histórica do telejornal é de suma importância para compreendermos o quanto o jornalismo evoluiu e, conseqüentemente, como se chegou ao Jornalismo e Entretenimento como vertentes da comunicação cada vez mais próximas. Deste modo, neste momento do estamos o foco se faz na compreensão acerca de como o telejornal começou, como evoluiu e qual sua concepção na atualidade.

Vizeu, Porcello e Coutinho (2010) destacam a importância do telejornalismo no Brasil, as fases, mudanças, gêneros e formas que foram sendo moldadas no telejornal conforme o período histórico e os fatos sociais. Conforme os autores, alguns períodos foram fundamentais para as alterações no telejornal.

Os primeiros telejornais exibidos no país, durante as décadas de 50 e 60, possuíam características semelhantes entre si, além de se apropriarem da linguagem radiofônica, que era muito utilizada naquela época. A forma de fazer televisão se resumia à leitura de notícias ao vivo, direto do estúdio por conta das limitações de material gravado, sendo que as câmeras de 16 milímetros não conseguiam captar o áudio com precisão e ainda não existia o *videoteipe*. Possuir um aparelho de TV naquela época era luxo, por isso poucas pessoas tinham acesso ao conteúdo que era transmitido, e isso refletia diretamente na audiência que era

considerada baixa. Cenários, bancadas e recursos visuais apresentavam semelhanças sendo que “os telejornais eram parecidos: uma cortina de fundo, uma mesa e uma cartela com o nome do patrocinador” (LIMA, 1985, p. 9).

Pelo fato de poucas pessoas terem acesso à TV e de não ter imagens em tempo hábil, o telejornal acabava sendo prejudicado em função da perda de agilidade e instantaneidade se comparado ao rádio.

A demora na revelação e montagem dos filmes atrasava a divulgação de imagens dos fatos nos telejornais em até doze horas entre o acontecimento” essa situação só mudou com o “Repórter Esso, em 1952, na TV Tupi do Rio, comandado pelo seu único apresentador, Gontijo Teodoro, e, no ano seguinte, na TV Tupi de São Paulo” (REZENDE, 2010, p. 58).

Entre os anos de 1960 e 1969 o telejornal ainda continuava a se apropriar da linguagem radiofônica, em que os apresentadores liam as notícias com sobriedade, voz forte e entonação firme, o que segundo Rezende (2010) afirma que “o telejornalismo - além da ingerência política – ressentia-se da falta de um estilo próprio” (REZENDE, 2010, p. 58). Contudo, a partir do final dos anos 60 o telejornalismo começa a ganhar uma nova forma de texto, com um dinamismo que até então não era visto. O Jornal de Vanguarda, da TV Excelsior, começou a implantar uma nova maneira de se fazer telejornal, encabeçado pelo então diretor Fernando Barbosa Lima: “a qualidade do noticiário causou um impacto enorme pela originalidade de uma estrutura e forma de apresentação, distinta de todos os demais informativos [...]” (REZENDE, 2010, p. 59).

No intervalo entre 1969 e 1983 aconteceram algumas mudanças no cenário do telejornalismo brasileiro. O Jornal de Vanguarda, da TV Excelsior, que havia sido percussor de importantes mudanças e que havia estabelecido o seu auge naquela década, sairia do ar logo após o golpe de 1964. Depois desses acontecimentos, surgia uma nova emissora cheia de propostas, com um nome novo, e que prometia promover uma nova perspectiva de tevê com a exploração comercial e lucrativa. A Rede Globo do Rio de Janeiro, chegou em um momento em que a televisão avançava, pois, “a prioridade governamental atribuída às telecomunicações viabilizou as ligações por micro-ondas e as transmissões via satélite para integrar e aproximar o Brasil do resto do mundo” (REZENDE, 2010, p. 60).

Com o avanço das tecnologias, a Rede Globo de televisão anunciava o novo telejornal que iria estrear: O Jornal Nacional, que prometia ter mais dinamismo e agilidade:

Para manter o nível do noticiário na altura do avanço eletrônico que possibilita a formação de grande cadeia, as notícias e comentários serão escritos por redatores selecionados e não será permitida a improvisação [...] (VEJA, 1969, p. 68).

Mesmo diante de um cenário de avanços, as outras emissoras também precisavam atribuir novidades aos seus produtos, ou colocar novos produtos no ar. Após o lançamento do JN, empresas como a TV Bandeirantes, TV Tupi e TV Cultura investiram em programas de entrevista e com conteúdos mais polêmicos. A TV Bandeirantes viabilizou uma nova roupagem para o jornalístico Titulares da Notícia, com informações do interior de São Paulo, tendo à frente a dupla sertaneja Tonico e Tinoco. Já a TV Tupi obteve sucesso com o programa Abertura, que abria espaço para temas polêmicos e entrevistas no chamado “olho no olho”.

Com o crescimento dos programas de entrevistas, as redes de televisão continuaram a investir em novos programas. O Encontro com a Imprensa e o Canal Livre da Bandeirantes, a Opinião Pública da Cultura e vários outros que foram lançados como perspectiva de mudança e fortalecimento de credibilidade. Porém, “nenhuma iniciativa, entretanto, ameaçava a supremacia da Globo” (REZENDE, p. 63), que continuava investindo ainda mais em qualidade:

O planejamento primoroso em toda a programação, realçava-se ainda mais em outro programa que permanece até hoje no ar como um dos líderes de audiência, “Fantástico – o Show da Vida”. Idealizado por Bonifácio de Oliveira e Borjalo, em 1973, representou uma mudança radical na programação nas noites de domingo, através de uma combinação harmoniosa de entretenimento e jornalismo (REZENDE, 2010, p. 63).

Em função das mudanças na maneira de trabalhar o jornalismo, a TV Globo começou a investir em produções específicas de acordo com a demanda, com o horário e o público que pretendia atingir. A combinação entre o jornalismo e o entretenimento passou a ser cada vez mais presente nos jornalísticos e seus derivados, mostrando o quanto os gêneros jornalísticos passavam por constantes alterações no telejornalismo.

Com o passar do tempo, o jornalismo da Globo tornava-se mais híbrido e sólido. De acordo com Rezende (2010), as cores da emissora passavam uma imagem sólida e confiante, em que o grau de exatidão era considerado 100% fiel à qualidade do jornalismo da emissora. Observa-se então que não só os cuidados com as cores, logomarcas e grafismos eram suficientes, pois havia também o cuidado para contratar apresentadores de boa aparência, voz firme e com credibilidade, de modo que estes aspectos passaram a ser o forte da empresa, que apostou na figura masculina na apresentação do JN, predominando assim até o final da década de 80. Nomes como Cid Moreira, Sérgio Chapelin, Marcos Hummel e Celso Freitas revezavam na apresentação do telejornal naquela época e:

O modelo aplicava-se também aos repórteres, dos quais se requeria uma aparência de “neutralidade” e formalismo, essencial para uma imagem de isenção na abordagem dos fatos e credibilidade junto aos telespectadores. (REZENDE, 2010, p. 64).

Por volta de 1980 surgiram novos canais de televisão. O Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), de Sílvio Santos, e a Rede Manchete, dos Bloch, logo se tornaram concorrentes diretas da TV Tupi. Segundo Rezende (2010), o surgimento dessas redes fez aumentar o interesse do Governo Militar, para que a Rede Globo não tivesse tamanha influência no âmbito político.

Estabeleceu-se um cenário em que, quanto mais passava o tempo, maior era a briga pela audiência entre as emissoras. Os programas jornalísticos abordavam cada vez mais assuntos que estavam no auge e que possuíam grande impacto na sociedade, tais como a situação política do Brasil. Outros tipos de cobertura também cresciam, abriam espaços na audiência e até saíam na frente da Rede Globo, a citar quando, “[...] na gestão de Leonel Brizola no Governo do Rio de Janeiro, a TV Manchete roubava preciosos pontos do Ibope da Globo ao cobrir, com exclusividade, o desfile das escolas de samba” (REZENDE, 2010, p. 66).

Ainda segundo o supracitado autor, a TV Manchete seguia investindo em outros tipos de coberturas e programas voltados para as classes A e B, sendo que um deles foi o Conexão Internacional, a apresentado por Roberto D’Ávila, que no ano de 1986 ganhou o prêmio Rei da Espanha, pelo maior conjunto de entrevistas realizadas em seu programa.

Apresentado pelo jornalista e primeiro âncora de TV, Joelmir Beting, o incerto Jornal da Bandeirantes foi veiculado na “marra” e, quando necessário, também ia ao

ar no improviso, conforme revela Rezende (2010). Naquela época, o assunto do momento eram as campanhas da Diretas-já, assunto que repercutia com grande força e impacto no jornal impresso, mas que era abafado nos telejornais. Segundo o autor, a única emissora a cobrir o comício de São Paulo foi a TV Cultura, que deu uma maior ênfase ao assunto.

Com toda expectativa sobre as Diretas-já, o Congresso acabou não aprovando a emenda Dante de Oliveira, e adiou a possível Diretas-já. Em todo esse processo, a comemoração da vitória de Tancredo Neves como então presidente da república foi breve, pois um dia antes de tomar posse, o presidente recém eleito adoeceu e, após trinta e sete dias veio a óbito no dia 21 de abril, que ficou marcado pra história, pois “[...] a TV brasileira realizou talvez a mais intensa e extensa cobertura jornalística de sua história, com vários plantões ao vivo. A democracia voltava ao vídeo como espetáculo de festa, dor e esperança.” (REZENDE, 2010, p. 67).

Diferente das outras emissoras, o SBT não conseguia manter a audiência e o faturamento com a publicidade. De acordo com Rezende (2010), isto “era previsível, portanto o fracasso dos telejornais do SBT, na década de 1980 - Cidade 4, 24 horas, Noticentro, Últimas Notícias. (p. 68). O autor diz ainda que essa situação só durou até o ano de 1988, quando foram feitas novas contratações, surgindo um novo formato de telejornalismo composto por equipamentos tecnológicos como câmeras Super-VHS, implantações de ilhas de edição, vinhetas novas e computação gráfica na emissora, além da contratação de profissionais como Marcos Wilson, Luiz Fernando Emediato e Boris Casoy.

Depois da adaptação com as novidades, Boris Casoy alavancou sucesso imediato no TJ Brasil. Marcado por seus comentários ousados, Casoy não estava contente com o modelo de apresentação a ele proposto e começou a introduzir comentários na apresentação do telejornal, tornando-o o segundo maior produto que atraía publicidade para o SBT, ficando atrás apenas do programa de Sílvio Santos.

Em meados de 1988, as emissoras de televisão no Brasil já começavam a investir em novos modelos de ancoragem do telejornal. As mudanças eram feitas de forma gradativa com a abertura de maiores espaços para interação com a notícia e a inserção de comentaristas. No âmbito destas mudanças, “à frente do Jornal da Cultura, Carlos Nascimento comandava uma equipe dividida em editoriais de economia, política, internacional e geral” (REZENDE, 2010, p. 68).

Segundo Rezende (2010), a novidade não agradou a todos. A então jornalista Marília Gabriela, passou por alguns programas da TV Bandeirantes e se destacou pelo dinamismo demonstrado em programas com o formato de entrevistas, como o Cara a Cara. Gabriela deixava claro o seu posicionamento sobre o jornalismo opinativo:

É muito delicado este negócio de emitir opinião: você não deve perder de vista o pluralismo que um jornal diário de televisão deve ter; e também que há uma massa pensante do lado de lá lhe assistindo...” (VIEIRA 1991, In: REZENDE, 2010, p. 69).

Neste cenário de mudanças, o Jornal Nacional também apostou em novas formas de conduzir o telejornal, com a implantação de comentaristas especializados em áreas de economia e política. Outra novidade aconteceu na cobertura das eleições de 1989, quando o JN passou a exibir um quadro chamado Palanque Eletrônico, em que:

Ao lado do sociólogo Herbert de Souza – Betinho – representando a sociedade civil, os jornalistas Carlos Monforte, Lillian Witte Fibe, Joelmir Betting e Paulo Henrique Amorim entrevistaram os candidatos à presidência da República (REZENDE, 2010, p. 69).

Com o passar do tempo, as concepções do telejornalismo foram mudando e os formatos evoluindo de acordo com os novos recursos tecnológicos e maneiras de apresentação. De acordo com Rezende (2010), a chegada dos canais de TV por assinatura, em meados dos anos de 1990, fez com que os pontos de audiência na TV aberta caíssem. Período em que, segundo o autor, o JN perdeu 23 pontos, saindo de 60 para 37.

A partir de 2002, novas maneiras de fazer jornalismo na televisão passaram a ser cada vez mais vistos. Novos programas apareciam, com propostas diferenciadas e com público-alvo também diferente, como é o caso do Profissão Repórter da TV Globo e o CQC da Bandeirantes. Para Rezende (2010), o primeiro renovava a importância da essência do comprometimento de fazer jornalismo, e o segundo esbanja irreverência na junção do jornalismo e entretenimento diante do tratamento

jornalístico de fontes e informações, mostrando de forma inusitada políticos, pessoas de grande importância e de interesse público.

## **2.2 Critérios de Noticiabilidade**

Para viabilizar um jornal, seja impresso, radiofônico, portal de notícias ou telejornal, o procedimento basilar é quase sempre o mesmo: tudo acontece de acordo com a linha editorial do veículo, que são as diretrizes pré-estabelecidas pelo diretor de jornalismo, do diretor de TV e do manual de redação como um todo, tanto quanto do interesse no assunto e da importância dele para ganhar os holofotes.

Para adquirir esse espaço, a informação precisa ser previamente selecionada pelos jornalistas que vão publicar os determinados assuntos. Em meio a todo esse processo, há um grau de relevância e de diferentes formas para medir se a notícia tem interesse público, qual o grupo de pessoas vai atingir, porque vai atingir e a maneira como vai atingir. Traquina (2005) explica que essa escolha funciona como uma espécie de espelho que reflete os fatos em sua origem, “nus e crus”, trazendo à tona o que seria o momento da esfera social conforme a realidade retratada e passada pela imprensa.

Assim, não bastaria apenas ter o espelho, se o jornalismo retrata a realidade como um reflexo de espelho, então como medir o que precisa ser refletido ou não? O que merece maior destaque? Diferente do impresso, onde as matérias têm espaço mais elaborado, com maior número de desdobramentos e informações complementares. Diferente também do rádio, onde o tempo é maior para se contar uma história, e dos portais de notícias, em que a reportagem fica exposta por tempo indeterminado, a televisão tem o menor tempo para seus telejornais e, conseqüentemente, deve resumir ao máximo os assuntos sem perder o conteúdo e o foco que precisa ter. “Colocar um elefante em uma casinha de cachorro”, de forma análoga, essa é a missão que diariamente os editores têm, pois são sempre bombardeados com assuntos com grande teor de noticiabilidade.

Este cenário confere a importância de se entender esse processo de elaboração, pois é precisamos compreender os critérios de noticiabilidade e a forma como eles são executados nas emissoras de TV. Trata-se da noticiabilidade que, Segundo Wolf (1995), “é um conjunto de elementos através dos quais o órgão

informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, dentre os quais há que selecionar a notícia” (WOLF, 1995, p. 175).

Para que o fato se torne notícia, o valor-notícia precisa ser rigorosamente executado. Este, por sua vez, consiste na escolha do fato para que ele se torne notícia, como exemplo disso, cita-se quando um carro desgovernado atropela duas pessoas, uma delas se torna vítima fatal; e, de forma similar, o carro que conduz o presidente do Brasil perde o controle e fez duas vítimas fatais. Apesar de serem fatos semelhantes, a informação mais quente seria a do presidente, então o valor-notícia serve para fazer essa seleção de acordo com os critérios de noticiabilidade.

A necessidade de se pensar sobre critérios de noticiabilidade surge diante da constatação prática de que não há espaço nos veículos informativos para a publicação ou veiculação da infinidade de acontecimentos que ocorrem no dia-a-dia. Frente a volume tão grande de matéria prima, é preciso estratificar para escolher qual acontecimento é mais merecedor de adquirir existência pública como notícia (SILVA, 2005, p. 97).

Wolf (1995) explica ainda que para tomar essas decisões é necessário efetivar uma lista de prioridades com o grau de importância e interesse. O Blog Introdução ao Jornalismo, mantido por acadêmicos do segundo semestre do curso de jornalismo da IBES, listou as prioridades de importância conforme o pensamento de Wolf: Número um: nível hierárquico dos envolvidos no acontecimento noticiável; Número dois: impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional; Número três: quantidade de pessoas (de fato ou potencialmente) envolvidas no fato; Número quatro: relevância e significatividade do acontecimento quanto à sua evolução futura. todo dia noticiar as factuais realidades retratadas.

Atualmente, os veículos de comunicação têm políticas editoriais e manuais de redação diferentes. Por esse motivo, os interesses, bem como as necessidades de cada emissora são diferentes. Wolf (1995) afirma que esse interesse “está estreitamente ligado às imagens que os jornalistas têm do público e também ao valor notícia” (p. 184).

Ainda para entender como funciona o processo de noticiabilidade, precisamos compreender como o jornalista filtra as várias informações que recebe para delegar quais serão informadas para a sociedade. Com os critérios estabelecidos, o profissional serve de peneira para decidir o tamanho da reportagem, quais os minutos e segundos disponibilizados, e de que maneira será abordado aquele tema

conforme o seu grau de relevância. Ainda acerca desse entendimento, Traquina (2005) acrescenta que os jornalistas servem como portões para as notícias passarem. Ou seja, esses portões variam entre a função e o grau de relevância do fato.

Na teoria, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. Se a decisão for positiva, a notícia acaba por passar pelo “portão”; se não for, a sua progressão é impedida, o que na prática significa a sua “morte” porque significa que a notícia não será publicada, pelo menos nesse órgão de informação (TRAQUINA, 2005, p. 150).

Para Silva (2005), a noticiabilidade representa todo e qualquer fator que seja capaz de agir diretamente no processo de produção da notícia.

[...]todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais (SILVA, 2005, p. 96).

Diante dos aspectos explicitados, ressalta-se a relevância do jornalista se comprometer somente com a informação, com o interesse público e com a construção da notícia através do fato.

### 3.0 GÊNEROS JORNALÍSTICOS

O jornalismo é dividido em diferentes meios: impresso, *web*, rádio e televisão. Os conteúdos serão sempre direcionados para determinados grupos, classes sociais, gostos e repertório cultural. Os gêneros jornalísticos servem para essa finalidade, ou seja, para definir e identificar a narrativa de todas as áreas do jornalismo, tais como cultura, esporte, entretenimento, política e assuntos policiais. Além dessa definição, os gêneros jornalísticos são divididos conforme a escolha dos assuntos e de onde serão divulgados. Segundo Melo e Assis (2013), “[...] O jornalismo preserva nítida ancoragem nacional, configurando naturalmente os gêneros jornalísticos de acordo com as respectivas peculiaridades culturais. (MELO; ASSIS, 2013, p. 50).

Apesar dos gêneros estarem presentes em todas as formas do fazer jornalístico, sua definição necessita de atualizações constantes e estudos frequentes, para que as novas especialidades jornalísticas façam parte dos gêneros propostos pelos estudiosos da área. Trata-se de uma perspectiva em que Marques de Melo (2013) reconhece ser necessárias novas atualizações, bem como a criação de novos gêneros em concordância com a constante evolução dos veículos de comunicação.

[...] o esquema classificatório oriundo da minha observação na primeira metade dos anos 80 já não dava conta da dinâmica dos gêneros jornalísticos, evidenciando algumas mudanças: 1) o vulto de matérias focalizando “serviços” não mais cabia no formato “nota” do gênero informativo, sinalizando a emergência do gênero utilitário; 2) A presença de matérias do tipo enquête que se desgarravam dos formatos entrevista ou reportagem, denotando o reflorescimento do gênero interpretativo; e 3) O aparecimento significativo de textos conotados pelo humor ou pela ironia que deixavam de perfilar no território pertencente ao gênero opinativo, ensejando o cultivo do gênero diversional (MELO, 2013, p. 27).

Em uma outra perspectiva acerca da temática, Souza (2004) aborda os tipos de gêneros, formatos e categorias presentes no jornalismo. Para o autor, os gêneros são “[...] como estratégias de comunicabilidade, fatos culturais e modelos

dinâmicos...” (SOUZA, 2004, p. 44) Acrescenta-se que ainda para Alves apud Marques de Melo e Assis (2013, p. 90), os gêneros jornalísticos são definidos em: “Informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário.” (MARQUES DE MELO, 1985). De acordo com essa concepção, é possível entender as demandas separadas, que significam a satisfação exclusiva do público daquele determinado gênero. Para superar essa expectativa, as técnicas, formas de escrita e disseminação de ideias são feitas de maneira singular para cada gênero.

### **3.1 Gêneros na Televisão**

A segmentação dos tipos de conteúdo exibidos e produzidos ocorrem em concordância com a demanda do público-alvo. Para Dejavitte (2006), a comunicação segmentada alcançou novo patamar na sociedade pós-massiva, onde “[...] às necessidades especializadas e individualizadas são satisfeitas de acordo com o consumo da terceira onda que proporcionou uma nova reestruturação nos veículos de comunicação de massa” (p. 26).

Segundo Souza (2004), a TV no Brasil, conquistou projeção mundial em função de aspectos como o empenho e o esforço dos profissionais que produzem os conteúdos tendo em vista os segmentos definidos para cada público-alvo.

A televisão brasileira conquistou projeção mundial, exportando programas para mais de uma centena de países, o que traduz o reconhecimento da competência e criatividade dos nossos produtores audiovisuais (SOUZA, 2004, p. 11).

Desta forma compreende-se que os gêneros jornalísticos servem para segmentar as formas de jornalismo que são confeccionadas nos determinados meios de comunicação, seja impresso, web, rádio ou televisão. No âmbito televisivo, de acordo com Rezende (2013), este meio apresenta funções que lhes são atribuídas, com ênfase em informar, formar e divertir. Segundo o autor, cerca de 25% dos conteúdos da televisão abordam assuntos generalistas, acrescentando que os gêneros na TV são separados por categorias que passam pelos próprios gêneros, até chegarem às particularidades dos formatos, divididos em três categorias: informação ou telejornalismo, educação e entretenimento.

Diferente de Rezende (2013) e Souza (2004) defende que os gêneros na televisão são apresentados em cinco categorias: entretenimento, informação

educação, publicidade e outros, que sendo associados diretamente com um dos formatos, são agrupados de modo a possibilitarem as classes, que juntos formam uma categoria.

“[...] os estudos sobre gêneros devem ser relacionados com aspectos históricos e culturais.” Com essa afirmação, ele quer dizer que os gêneros são decorrentes de uma sequência de fatores históricos pelos quais estamos inseridos e que eles podem sofrer alterações de acordo com quem consome. Consequentemente, eles podem ou não ser influenciados pelas considerações do observador e de seus pares” (SOUZA, 2004, p. 42).

Tendo em vista o foco deste trabalho, que se refere à proximidade do Jornalismo e Entretenimento, o qual segundo Dejavite (2006) resultou numa nova especialidade de fazer jornalismo, o infotainment, é imprescindível compreender a aproximação entre estas duas categorias, jornalismo e entretenimento, conforme proposto por Souza (2004). Assim, de acordo com o autor, a classificação de um programa se faz pela junção dos gêneros que resultarão no produto final até sua exibição.

De modo contrário, Rezende (2013) salienta que os gêneros devem ser constantemente estudados e avaliados, pois, existem e estão sendo constantemente criados, novos programas resultantes de uma mescla de conteúdos, assuntos e estratégias, pelos quais não é possível identificar o gênero a que pertence, necessitando “[...] reforçar-se a convicção que ainda não é possível – se é que algum dia será – definir uma classificação de gêneros e formatos jornalísticos completos” (REZENDE, 2013, p.312).

Com o expressivo avanço das tecnologias, a inserção de novas ferramentas no auxílio do telejornal e a proposta de maior proximidade com o público, tornou-se ainda mais complexo definir os produtos embasado nos possíveis gêneros:

A evolução da tecnologia das comunicações, a emergência de novas produções jornalísticas, a crescente influência dos canais monotemáticos de telejornalismo, requerem um trabalho permanente de revisão dos gêneros e formatos. Um exemplo disso vem do “CQC”, programa transmitido às segundas-feiras pela TV Bandeirantes, sob a direção Marcelo Tas. O hibridismo do programa alia informação, opinião e diversão. O que dificulta a sua classificação (REZENDE, 2013, p. 312)

Mediante a supracitada afirmação, é compreensível que os gêneros estão cada vez mais próximos um do outro, numa espécie de mesclagem entre eles, que

resulta no formato do programa. Os telejornais, por exemplo, vêm sendo derivados da categoria telejornalismo, que possui outras categorias, como explica Rezende (2013): entrevista, debates, reportagem, programa de debate, documentário, plantão, emissões de jornalismo especializado, espetáculos midiáticos e o telejornal.

O telejornal, segundo Souza (2004) e Rezende (2013), possui características que o define, basicamente, em função da figura de um apresentador lendo as notícias dentro do estúdio, seguido de reportagens que gravadas ou ao vivo, a interação dos repórteres no local da entrada onde aconteceu o fato ou no local em que acontecerá o fato que será explanado pelo mesmo.

O Hora Um da Notícia está enquadrado na categoria de telejornalismo, pois possui todas os elementos que a compõe. A diferença deste telejornal estaria em sua proposta, pois é um jornal que vai ao ar nas madrugadas, precisamente às cinco da manhã, horário em que muita gente está acordando para trabalhar e necessita de informações de utilidade pública, prestação de serviço, política e, ao mesmo tempo, não querem estar diante de conteúdos tratados de forma dura, validando a recorrência de comentários mais leve ou uma forma de apresentação mais suave.

Trata-se de uma proposta corroborada pela jornalista Fábila Angélica Dejavite, quando se refere ao INFOtenimento como aspecto que proporciona ao consumidor de informação um divertimento além da proposta apresentada frequentemente que no “cardápio de notícias”, pontuando que “a mídia ao procurar atender ao interesse cada vez mais amplo da audiência, tem-se tornado um provedor eletrônico de informação e entretenimento” (DEJAVITE 2006, p. 14).

### **3.2 Gênero Informativo**

Em critérios de noticiabilidade, foi tratada a relação com a teoria do espelho, que se propõe a retratar a realidade. No gênero informativo, também existe uma exemplificação que faz analogia ao espelho quando se pretende retratar a realidade. De acordo com Melo e Assis (2013, p.48), “[...] o jornalismo chamado informativo se pautaria tecnicamente na reprodução do real”. Com base nesta afirmação, entende-se que o jornalismo informativo tem a obrigação de abordar os principais fatos do dia, de acordo com o grau de relevância e de publicabilidade. O gênero informativo é o mais comum nas redações, e o ato de informar consiste da:

Articulação que existe, do ponto de vista processual, entre os acontecimentos reais que eclodem na realidade e sua expressão jornalística por meio do relato que visa informar o receptor do “que se passa” nessa realidade (MELO, 2003, p. 63-65).

As narrativas escolhidas para descrever esse gênero são sempre voltadas para a imparcialidade, bem como no mínimo de envolvimento possível com o assunto. Mas, segundo Melo (2003), há uma bipolarização histórica entre os gêneros informativo e o opinativo, validado por conta da censura posterior à publicação, e essa bipolarização teve expressividade maior no jornalismo inglês e francês, sendo depois disseminando por outros locais. Melo e Assis (2013) exemplifica o gênero informativo como constituído por nota, notícia, reportagem e entrevista. Para facilitar o entendimento acerca do modelo proposto, o autor define.

Nota: Relato de acontecimento que está em processo de configuração. Nem todos os elementos da notícia (AÇÃO – AGENTE – TEMPO – LUGAR – MODO – MOTIVO) são conhecidos. Trata-se de um “furo”: antecipação de um fato que pode gerar notícia. Nutre-se dos boletins informativos difundidos pelas fontes. É mais frequente no rádio, na televisão e na internet. Notícia: Relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. Contém necessariamente respostas às perguntas de Quintiliano (QUE + QUEM + QUANDO + COMO + ONDE + POR QUE), transformadas em fórmula jornalística (3Q + CO + PQ). Narrado em de “pirâmide invertida”, compõe-se de duas partes: “cabeça” (lead) e “corpo” (body). Privilegia o “clímax” (sensação) evitando a “cronologia” (nariz de cera). Reportagem: Relato ampliado de acontecimento que produziu impacto no organismo social (desdobramentos, antecedentes ou ingredientes noticiosos). Trata-se de aprofundamento dos fatos de maior interesse público que exigem descrições do repórter sobre o “modo” o “lugar” e “tempo”, além da captação das “versões” dos “agentes”. De autoria originalmente individual, esse formato converteu-se em trabalho de equipe. Entrevista: Relato que privilegia a versão de um ou mais protagonistas dos acontecimentos. Não se confunde com a técnica de “apuração” dos fatos. Configura uma espécie de relato de alteridade, dando “voz” aos “agentes” da cena jornalística. O repórter assume a função de “mediador”, assumindo empaticamente o papel de “intérprete” do receptor (MELO, 2013, p.55).

Ainda segundo o autor, existe relevantes diferença entre nota, notícia e reportagem, que vai de acordo com a organização e a progressão do nível de noticiabilidade, bem como com o teor de interesse do público no determinado assunto. Paternostro (2006, p. 174-177) exemplifica os tipos de nota utilizadas no

telejornal. Segundo a autora, o telejornal possui a nota ao vivo, que é aquela que o apresentador lê sem nenhum tipo de imagem cobrindo ou recurso infográfico, chamada por alguns de nota pelada.

Nota coberta é quando o apresentador lê o texto e chama a nota que entra em *off*, ou seja, gravada com imagens, sendo o tipo mais usado em assuntos mais relevantes e que precisam das imagens para marcar o fato. Por Nota pé entende-se a forma de complemento da informação em que entra a matéria, e no final volta para o apresentador, seja para fazer uma correção ou dar o direito de resposta de algum órgão sobre a reportagem exibida, se for de caráter denunciativo.

Tomando como base a categorização de gêneros proposta por Melo (1985), este trabalho utilizou os gêneros informativo, diversional e utilitário, visto eles serem os que mais estão presentes no objeto da pesquisa, o Hora Um da Notícia, telejornal matinal da TV Globo que vai ao ar de segunda à sexta, cinco da manhã.

### **3.3 Gênero Opinativo**

O jornalismo de cunho opinativo se resume à forma de identificar facilmente a posição do veículo de comunicação sobre determinado assunto. Nesta perspectiva, os jornais impressos se apoderam com veemência desse gênero, através de charges, editoriais e artigos geralmente voltados aos cadernos de política. Segundo Melo e Assis (2013, p. 56), “[...] os gêneros habitualmente relacionados à categoria opinativa são claramente identificáveis e se encontram legitimados”. Nessa identificação, é possível notar que o gênero opinativo consiste, de forma implícita ou não, na opinião direta ou indireta sobre o fato, seja através da maneira de conduzir o leitor/telespectador a acreditar naquilo, na forma de indução para o entendimento, ou fazendo com que o leitor reflita sobre o assunto de acordo com o que o conteúdo apresenta no material, conforme a pretensão do jornalista ou do veículo.

Assim como no gênero informativo, Melo e Assis (2013) traz os exemplos de Melo (2006 a), acerca dos gêneros opinativos, que são: Editorial, Comentário, Artigo, Resenha, Coluna, Crônica, Caricatura e Carta. Diante dos exemplos citados, percebe-se que a maioria deles é usada em jornais impressos, com algumas exceções em telejornais, sendo que o comentário, a coluna e a crônica são os mais vistos na televisão, poré não tão marcantes quanto o teor opinativo, e sim como

mesclagem de informação. O Jornal Hoje, da TV Globo, por exemplo, tem as crônicas em *Nova York*, onde mostra as histórias que movem aquela cidade através da visão dos que lá vivem. Já o Jornal da Globo tem a coluna de Nelson Mota, Carlos Sadenberg e os comentários durante a apresentação de William Waack.

### **3.4 Gênero Utilitário**

Diferente dos outros gêneros jornalísticos, o jornalismo utilitário se resume à prestação de serviço para a comunidade. Segundo Melo e Assis (2013, p.69) apud Fonseca, o lançamento de novos cadernos e de formas de fazer jornalismo, bem como a necessidade de entreter e mostrar o que está acontecendo de forma que afete diretamente à rotina das pessoas, equivale a um jornalismo que presta serviço.

Nas manifestações de 2013, o RJTV 1ª edição, da TV Globo Rio, fez uma cobertura ao vivo e específica sobre a situação das grandes vias da capital carioca com o Globocop. Tudo isso teve o objetivo de mostrar para o motorista que já estava em circulação, como também para os que iam sair de casa, os locais onde precisavam evitar os pontos de concentração para não complicar o trânsito ainda mais. Assim, esse tipo de informação, o bem como a previsão do tempo, se encaixam no gênero utilitário. Esse tipo de jornalismo é “uma consequência natural do jornalismo enquanto responsabilidade social, uma vez que oferece opções, propostas, soluções e variados tipos de informações úteis para se enfrentar a vida cotidiana.” (MELO; ASSIS 2013, p.71).

Melo e Assis (2013) concorda com Temer (2001, p. 135) ao dizer que as informações produzidas pelos telejornais no Brasil apresentam conteúdos e fatores que ajudam o telespectador pois, “são matérias que se baseiam em dados objetivos que indicam tendências ou resultados de natureza diversa, de utilidade para o telespectador em eventuais tomadas de decisões.” (REZENDE, 1998, p. 169).

### **3.5 Gênero Diversional**

O jornalismo é cercado de fatos constantemente pesados, pois todo dia são noticiados homicídios, violência, escândalos envolvendo política, lavagem de dinheiro com as corrupções, entre outros. Para diminuir essa gama de

acontecimentos negativos nos noticiários, o gênero diversional propõe um tipo de entretenimento diferente do INFOtenimento, que é uma forma de fazer o público consumista de informação respirar e se divertir em meio aos calorosos assuntos.

Diante dos importantes assuntos que diariamente nos cercam de forma truculenta, o jornalismo diversional é um gênero complementar, de caráter emocional, que segundo Melo (2006) veio para complementar visto sua predominância ser maior no jornalismo de caráter informativo e opinativo.

Ainda segundo o citado autor, as predominâncias de abordagem no gênero diversional são: história de interesse humano e história colorida. Para Erbolato (2006, p. 44), essas histórias de interesse humano e coloridas são escritas com recursos de redação típicos da literatura e distanciadas do relato simples e bruto que tem predominância no jornalismo tradicional, ou seja, no noticiário que informa.

Segundo Temer (2007) apud Marques de Melo e Assis (2013, p. 80), nem tudo que um jornal publica é notícia. A partir daí podemos exemplificar os cadernos de famosos, as colunas de curiosidades e afins, bem como as características desse gênero. O novo jornalismo ou jornalismo diversional, segundo Melo e Assis (2013), acredita que essa forma de fazer jornalismo nasceu para preencher o espaço livre das pessoas que em seu tempo ocioso, procuram outras atividades que lhe proporcionem bem-estar, sensações de alegria e estimulem a qualidade de vida com programas específicos para este tipo de proposta, ou seja, programas voltados ao entretenimento.

Esse tipo de gênero jornalístico requer uma escrita diferente. Para Paternostro (2006), as figuras de linguagem são importantes no processo de construção do texto, porém, é preciso ter cuidado.

As figuras de linguagem são uma faca de dois gumes para o estilo jornalístico. Ao mesmo tempo em que enriquecem o texto, podem derrubá-lo. Elas são próprias para o texto literário. Como o nome indica, a linguagem figurada surge da necessidade de dar maior expressividade ou beleza artística a um texto e de sugerir um conteúdo mais emocional, com o uso das palavras (PATERNOSTRO, 2006, p. 184).

As narrativas adotadas por esse gênero vão de encontro às propostas por Melo, que são os formatos de história de interesse humano e da história colorida. Para Melo e Assis (2013), com referências documentadas por Dias et al. (1998, p. 14), “entende-se que o primeiro deles utiliza-se de um arsenal peculiar ao universo

da ficção para abordar um fato que foi notícia retomado na sua dimensão humana com a finalidade de suscitar o interesse e a atenção do público.”

De acordo com essa ótica, entende-se que no mundo jornalístico é construída uma realidade que seja seduzível ao ser humano, e que através da construção da narrativa resulte numa atração mais forte, além do próprio interesse daquele determinado público para o qual foi direcionado o assunto.

#### 4.0 INFORMAÇÃO E ENTRETENIMENTO NO JORNALISMO

Segundo o dicionário, Jornalismo é a atividade profissional que visa coletar, investigar, analisar e transmitir, seja de forma diária, periódica ou semanal, as informações ao público consumidor de informação. Prática essa que se detém ao jornalismo informativo, opinativo, utilitário, diversional, por meio da propagação dos conteúdos em determinadas mídias, sejam elas rádio, TV, internet, impresso ou qualquer outro meio que possibilite a sua aparição ao público.

Quando se pensa em jornalismo, o primeiro pensamento como guia é a informação. De acordo com a jornalista Laura Conde Tresca, que teve participação no livro atualizado Gêneros Jornalísticos no Brasil, organizado por Marques de Melo e Assis (2013), o gênero informativo persiste de forma histórica e linguística, e tem como objeto proporcionar informações através dos conteúdos que são construídos até sua propagação. Melo (2013) define a construção desse gênero com o agrupamento dos formatos: nota, notícia reportagem e entrevista.

Com a menção do jornalismo como atividade de seriedade e que precisa gerar credibilidade, o entretenimento seria algo distante do jornalismo conforme muitos estudiosos da área. Contudo, estes dois parecem estar mais próximos do que se imaginava. De acordo com Dejavitte (2006), o público passaria a solicitar uma nova característica da notícia, que seria a de entreter além de se informar diante da exposição a uma série de conteúdos passados. O conceito de entretenimento para essa autora, perpassa por duas possibilidades:

A primeira difunde a ideia de que ele é tudo aquilo que diverte, que distrai e que promove a recreação. A segunda considera-o como espetáculo destinado a interessar ou divertir, ou seja, uma narrativa, uma performance ou qualquer outra experiência que envolva e agrade alguém ou um grupo de pessoas, que traz pontos de vistas e perspectivas convencionais e ideológicas. Isso porque seu significado remete, na maioria das vezes, à anti-sociedade, à rejeição a moralidade, à política e à não estética. Por isso não é considerado arte, mas apenas um divertimento (DEJAVITE, 2006, p.41)

A afirmação da autora, acima explicitada, contrapõe o pensamento de outros autores como Samuel Winch (1997), que diz que o entretenimento serve como uma iniciativa de negócios sociais, com o objetivo único de aumentar os lucros. Já Bertrand (1999) concorda com as ideias de Dejavitte (2006), ao afirmar que o entretenimento do público se faz por meio da solicitação do divertimento de alguma

forma, seja relacionado aos programas específicos ou áreas que trabalham com o objetivo de entreter. Ainda segundo Bertrand (1999), o entretenimento é considerado uma grande e importante ferramenta da socialização, e, com essa menção pode-se fazer uma ligação direta com o telejornalismo e o papel de informar por meio de recursos que tenham as características de entreter.

Para Dejavite (2006), o entretenimento possui algumas funções além de provocar o estímulo em relação as interações sociais. Suas funções seriam a distração, a evasão e o escapismo proporcionando assim a retirada das pessoas do seu estado emocional real, isolando-as das preocupações e ocupações diárias.

Souza (2004, p.93) pontua que os primeiros programas a fazer sucesso na televisão brasileira foram os da categoria entretenimento. Ele cita os programas de auditório, reconhecidos pela sua popularidade e pelo sucesso, já que foram transportados do rádio para a TV apenas com a inserção da imagem. À posteriori citar os programas de colunismo social, que são uma tentativa de seguir o caminho do jornalismo, porém não conseguem a credibilidade necessária (SOUZA, 2004).

Segundo Briglia (2015), “o jornalismo sério acaba se tornando mais divertido a depender da construção textual.” Porém, o autor problematiza que essa proposta da construção do texto pode gerar uma dramatização através da construção de um personagem que pode deixar o público disperso e mais próximo a ficção, quando não são priorizados aspectos e elementos jornalísticos, causando o afastando da realidade dos fatos.

Compreendidos como paralelos distantes por autores como Winch (1997), porém muito mais próximo do que se imagina, como defendido por autores como Dejavite (2006), Melo e Assis (2013) e Souza (2004), o jornalismo e o entretenimento em estão cada vez mais próximos um do outro, assumindo uma proposta de informar e distrair sem perder o foco da essência da notícia, de forma que o consumidor de informação não seja prejudicado e não fique confuso em meio ao assunto proposto, não alienado ao ficcional e sim ao real.

#### **4.1 O Infotainment na Televisão Brasileira**

No âmbito da construção deste trabalho foi necessário entender como funciona todo o processo de produção da notícia, através da seleção dos fatos, da

construção da notícia, dos critérios para essa construção, da história do telejornalismo, como a televisão age de forma direta na vida das pessoas e também do entendimento sobre os gêneros jornalísticos. Trata-se de um importante para compreender o quanto o jornalismo está presente na vida das pessoas, seja pelo rádio, impresso, *web* ou televisão, bem como identificar de que forma esse processo é importante e a forma como ele chega a casa das pessoas.

O jornalismo de INFOtenimento surgiu no final da década de 1980, quando o novo jornalismo ganhava força. Porém, cabe questionar que novo jornalismo seria esse? Seria já essa nova proposta de informar e entreter em um contexto só. De acordo com Dejavite (2006, p.72), “no jornalismo de INFOtenimento uma matéria pode muito bem informar entretendo, ou, então, entreter por meio da informação.”

Os programas televisivos fazem uma junção de jornalismo informativo, utilitário e de entretenimento em apenas um produto, que é potencializado pelo fato de ser caracterizado como algo eclético, que tem maior possibilidade de agradar a uma quantidade maior de público e, conseqüentemente, aumentando a audiência. Programas como o Fantástico, da TV Globo, CQC – Custe o que Custar da TV Bandeirantes, são exemplos de um estilo híbrido e possível de união do jornalismo e do entretenimento nos conteúdos.

Programas desse estilo, por exemplo, já são produzidos para serem exibidos em determinados horários e destinados para públicos distintos, com características mais leves e determinado enfoque. Porém, os momentos de infotenimento dentro do jornalismo já ganharam maiores proporções em telejornais das praças afiliadas da Globo do meio dia e da noite, bem como os telejornais de rede como o Jornal Hoje que tinham a missão de levar notícias em formato mais tradicional.

Contudo, atualmente os telejornais locais e de cadeia nacional estão se aproximando cada vez mais do público com linguagem diferente, novos recursos gráficos e maneiras de chamar atenção do telespectador, como a menção de comentários, participação de entrevistados, repórteres ao vivo, acréscimo de reportagens mais descontraídas, numa formatação que para Dejavite (2006):

Esse acréscimo de matérias que entretêm faz surgir uma das mais recentes especialidades jornalísticas, chamada de INFOtenimento (isto é, aquele conteúdo editorial que fornece informação e diversão ao leitor e, ao mesmo tempo, constitui uma prestação de serviço). Por ser híbrido, encontra-se fracionado, aparecendo ora implícita, ora explicitamente (DEJAVITE, 2006, p.15).

Diante do exposto é possível afirmar, de forma direta, que essa especialidade do jornalismo está presente em todas as mídias de comunicação. Na televisão, por exemplo, começou a difundir-se principalmente no Esporte, sendo que atualmente está se evidenciando ainda mais nos telejornais.

Cabe salientar que entender o jornalismo não é uma missão fácil. Receber o produto final é simples para fazer julgamentos prévios sobre como aquela edição foi finalizada. Porém, executar de fato, correr contra o tempo até a finalização do jornal, são aspectos da produção que o telespectador não acompanha de casa.

Em meio aos gêneros jornalísticos, a especialidade do jornalismo de INFOtenimento, para Dejavite (2006), está inserida dentro do gênero Diversional classificado por Melo e Assis (2013). Todas as suas ferramentas são construídas com base em semelhanças acerca do gênero diversional, que serve para ocupar o tempo livre das pessoas através de assuntos que não são notícia, como, por exemplo, informações sobre a vida de artistas, a programação de shows artísticos, conteúdos que distraiam mediante diferentes abordagens dos telejornais e programas de gênero informativo que possuem os outros gêneros constituintes como o utilitário por exemplo.

Revistas eletrônicas como o Fantástico da TV Globo, CQC da TV Bandeirantes, Domingo Espetacular da Record TV e outros, possuem o infotenimento como uma de suas características. O jornalismo de infotenimento, para Dejavite (2006), é constituído de um ou mais gêneros informativos e do entretenimento, ou seja, “essa mistura de gêneros no jornalismo surge como uma das mais novas especialidades, denominada jornalismo de INFOtenimento.” (DEJAVITE, 2006, p. 71).

Por se tratar de um telejornal matinal, que aborda assuntos de utilidade pública como a previsão do tempo, trânsito em tempo real e informações sobre política, entre diversos outros assuntos, o objeto desse trabalho possui a presença do gênero informativo, gênero utilitário e, conseqüentemente, a presença e características do infotenimento, predominante em sua apresentação. De acordo com as observações de Dejavite (2006), no jornal impresso Gazeta Mercantil, o infotenimento possui algumas características, que foram por elas observadas em quase todas as reportagens analisadas, cujas características são:

- 1- Textos leves e atraentes, com linguagem coloquial e fluente, onde o receptor vivencia a história (interage com a notícia) e, principalmente, identifica-se e diverte-se com ela;
- 2- Uso de adjetivos e advérbios;
- 3- Estímulo à capacidade de distração, às aspirações, às curiosidades, ao ajuste de contas à possibilidade de extravasar as frustrações e nutrir a imaginação;
- 4- Foco à personalização, dramatização de conflitos, revelação de segredos, sensacionalismo.;
- 5- Matérias com o uso de fotos, infográficos, tabelas, entre outros recursos.

Segundo Dejavite (2006), é em meio aos estresses diários, correria e acúmulo de tarefas que o consumidor de notícias deseja receber informações e também atender à própria necessidade de divertimento através de alguma reportagem ou comentário do apresentador. Ela explica que estes aspectos são chamados de “respiro” em meio à grande quantidade de informações pesadas, como assassinatos, política, guerras.

O jornalismo de INFOtenimento se dá mediante a construção da narrativa e da apresentação ao público, como forma diferente de noticiar os fatos. Na televisão, o repórter tem a missão de fazer a sua reportagem com a construção de um roteiro. A este respeito Paternostro (2006, p. 77- 84) esclarece sobre como escrever um texto para ser falado, quais os cuidados e a forma de escrita abordada que vai de acordo com o a linha editorial do telejornal, as sonoras (falas dos entrevistados) e o tempo do VT (matéria). Esse roteiro é escrito pelo repórter e que são escalados às falas dos entrevistados, como forma de seleção prévia na hora da edição.

O texto abaixo explicita um exemplo de como um assunto direto pode ser sutilmente intercalado por algo mais leve, capaz de proporcionar um sorriso e um momento de relaxamento. Esta ação se dá através da utilização de linguagem mais informal e coloquial para que o telespectador se sentisse ali, na matéria, e observe com ótica simples e cada vez mais próxima da própria realidade.

OFF 4; Dona Maria concorreu ao prêmio / ela nem esperava e enquanto conversava com nossa reportagem foi surpreendida pela voz do locutor que chamou seu nome // Técnica: Sonora; Dona Maria. Crédito: Dona de Casa. Deixa: “Trecho que ela está falando e o locutor diz que ela ficou em primeiro lugar. Agora vamos ao outro exemplo, o mais leve, onde temos a presença maior do INFOtenimento.

OFF 4: Dona Maria também estava concorrendo ao prêmio, toda desacreditada tadinha // Mas enquanto conversava com nossa equipe, foi

surpreendida pelo locutor que a chamou em primeiríssimo lugar / a alegria foi tanta que ela saiu correndo e quase me levou junto // Técnica: Sonora; Dona Maria. Crédito: Dona de Casa. Deixa: “Parte que ela está dando entrevista e o locutor a chama, ela sai correndo. Depois o depoimento já com o prêmio.”

Para construir o jornalismo de INFOtenimento de forma rápida e eficaz, é necessário dominar o jornalismo tradicional, o chamado “arroz com feijão” como é denominado pelos jornalistas. Saber fazer o que está padronizado para depois sair do padrão, indo além do repertório cultural. Segundo Dejavite (2006, p.68), “[...] as empresas jornalísticas estão mais atentas ao que é solicitado pelo consumidor e têm transformado a dinâmica de criação das notícias.” Esse tipo de informação conduz a pessoa para uma realidade nova, pois o receptor passa a ter exigências diferenciadas ao consumirem algo que informe, distraia e também traga formação sobre o assunto que está publicado ou televisionado.

## **5.0 ANÁLISE DO HORA UM DA NOTÍCIA**

Neste capítulo foi realizada a análise da apresentação do Hora Um da Notícia e de duas reportagens exibidas no telejornal. Para a efetivação deste procedimento de análise de conteúdo foi necessário realizar, segundo Bardin (2016), as etapas da pré-análise, exploração do material e, por fim, o tratamento dos resultados. Como foram analisados a apresentação e duas reportagens, estas foram divididas em categorias: a de apresentação e a de reportagem.

Para Bardin (2016, p.147), as categorias no processo da análise “[...] são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos nas quais são identificáveis por determinados assuntos ou títulos, ou seja, que tem relação com a categoria que se escolheu”. Para possibilitar a análise do objeto, foi detalhado o procedimento metodológico utilizado, como mencionado acima.

Utilizando as três etapas dos processos de análise de conteúdo de Bardin (2016), pode-se efetivar no objeto a pré-análise, já formulada por meio da escolha das edições do telejornal, bem como dos seus possíveis indicadores de pesquisa, conforme o conceito de Dejavite (2006). Na sequência deu-se a exploração do material por meio dos vídeos das edições e o resultado final com os indicadores analisados da pesquisa.

Para situar o leitor acerca do objeto desse estudo, foi feita uma apresentação do telejornal com as informações sobre sua fundação, seu objetivo, detalhes sobre a equipe, cenário, recursos gráficos utilizados e artes, características que visam contribuir com a melhor compreensão do leitor. Para finalizar, foi feita a análise do telejornal seguindo com a apresentação dos objetivos alcançados com a pesquisa e as considerações finais.

### **5.1 Metodologia da Pesquisa**

O procedimento metodológico é de suma importância para a escolha dos métodos utilizados como contributo no desenvolvimento e análise da pesquisa. É neste procedimento que são definidos o caminho percorrido, as formas de pesquisas, análises, apurações e maneiras diferentes de aprimorar o conteúdo a ser aplicado.

Neste trabalho, foi feita a análise de como o infotimento está presente na apresentação e em reportagens do telejornal Hora Um da Notícia, da TV Globo. Para tal desenvolvimento, utilizou-se o conceito proposto por Dejavite (2006), aliado à análise de conteúdo de Bardin (2016), que é organizada em três polos: “1. A pré análise; 2. A exploração do material; e, por fim, 3. O tratamento dos resultados: a inferência e a interpretação” (BARDIN, 2016, p.125).

A necessidade de fazer este trabalho surgiu a partir da curiosidade pessoal e da percepção do infotimento compondo este telejornal através das reportagens, da apresentação, dos comentários e da forma como as informações são passadas, mediante a narrativa do jornal e a participação de outros jornalistas, seja na previsão do tempo, no esporte e nas entradas ao vivo por ser um telejornal recente com uma proposta de informar com uma maior leveza.

No âmbito da pesquisa bibliográfica foram utilizados autores que discorrem sobre a linguagem telejornalística, Paternostro (2006), a evolução histórica do telejornal, De Rezende (2010), os gêneros jornalísticos, Souza (2004), Marques de Melo e Assis (2013), os critérios de noticiabilidade, Traquina (2002), e o jornalismo de INFOtimento, Dejavite (2006), sendo que este último foi primordial para a execução e a finalização deste trabalho. Também foram consultados artigos, blogs e sites que abordam sobre essa perspectiva do jornalismo.

À posteriori os resultados foram apresentados mediante a análise dos vídeos escolhidos, em conformidade com a ótica do conceito de Dejavite (2006), chegando-se às especificações sobre o quanto o INFOtimento está imerso no Hora Um, como ele participa, quais notícias e momentos podem ser caracterizados por esse tipo de jornalismo.

Utilizando as três etapas dos processos de análise de conteúdo de Bardin (2016), pode-se exemplificar no objeto a pré-análise já formulada por meio da escolha das edições do telejornal bem como os seus possíveis indicadores de pesquisa segundo o conceito de Dejavite (2006). Seguido da exploração do material por meio dos vídeos das edições e resultado final com a resposta da presença Infotimento de acordo com a análise da pesquisa.

A preparação do material para análise é um procedimento de suma importância, conforme cita Bardin (2016, p.130): “Antes da análise propriamente dita, o material reunido deve ser preparado”. Essa preparação resulta na prática da escolha do conteúdo a ser analisado, que varia de acordo com as prioridades da

pesquisa e do foco do objeto. Para a análise da presença do Infotainment no Hora Um, foi realizada uma separação de duas categorias, já que foi realizada a análise da apresentação do telejornal e de duas reportagens.

A categoria Apresentação inclui a linguagem verbal, não verbal, construção da cabeça (texto lido pelo apresentador) e recursos gráficos. A categoria Reportagem se define pela escrita do OFF (texto feito e lido pelo repórter enquanto passam as imagens), sonoras (depoimentos dos entrevistados), personagens (entrevistados específicos que são as peças chave da matéria).

Para escolha das edições utilizadas como fonte para coleta de dados, enquadradas na categoria apresentação, foram definidas duas datas significativas para o telejornal: o dia em que foi lançada uma campanha de Dia das Mães no mês de Maio de 2017, e o aniversário de três anos do Hora Um em Dezembro de 2017. Na categoria reportagem foram escolhidas duas reportagens que foram exibidas em Abril de 2018, validando desta forma a diversidade no resultado final da pesquisa.

De acordo com Bardin (2016, p.148), o processo de categorização funciona como um tipo de estrutura e pode comportar duas etapas: o inventário, e a classificação de elementos que consiste em repartir os elementos, para depois propor uma organização entre às mensagens, como se procedeu nesta pesquisa.

Portanto, foram analisadas as seguintes edições do Hora Um da Notícia na categoria Apresentação:

1 – Dia 24 de Abril de 2017 – Previsão do Tempo;

2 – Dia 05 de Maio de 2017 – Previsão do Tempo e Lançamento da Campanha de Dia das Mães;

3 – Dia 01 de Dezembro de 2017 – Aniversário de 3 Anos;

Já na categoria Reportagem, foram analisadas as seguintes edições do Hora Um da Notícia:

1 – Dia 23 de Abril de 2018 – Crochê

2 – Dia 24 de Abril de 2018 – Papagaio Charão

## **5.2 Características do Hora Um**

O Hora Um da Notícia é o telejornal da TV Globo que vai ao ar diariamente, de segunda à sexta, às 5 horas da manhã. Apresentado pela jornalista Monalisa Perrone, possui linguagem leve e informal. Segundo o site Memória Globo (2014), o

telejornal traz reportagens com teor informativo e utilitário para um público que acorda cedo.

Ainda de acordo com informações do site Memória Globo (2014), a equipe que trabalhava no Globo Rural, passou cerca de dois meses elaborando a criação do telejornal Hora Um da Notícia, que ocuparia o espaço do Globo Rural. A proposta do Hora Um, que está no ar desde 01 de Dezembro de 2014, era ser o primeiro telejornal do dia, atualizando o público com as principais notícias da madrugada. Ainda segundo informações do Memória Globo (2014), a leveza construída pela equipe de texto, bem como o bom humor característico da apresentadora Monalisa Perrone, alavancaria o dia de quem acorda bem cedo.

Uma das responsáveis e envolvidas na criação do Hora Um, Maria Thereza Pinheiro, do Departamento de Programas e Projetos Especiais, salientou em entrevista concedida ao site Memória Globo (2014), a importância de uma linguagem leve e descontraída neste telejornal.

Dá para brincar no jornal às cinco horas da manhã, porque ninguém aguenta ouvir uma hora de Operação Lava-Jato, por exemplo. A cada 15 minutos, damos um resuminho do que foi falado, porque a pessoa que acorda às cinco horas, foi fazer um café, volta, tem que saber o que aconteceu. E é um jornal que tem que ser ouvido, por isso é mais conversado (MEMÓRIA GLOBO, 2014).

Exibido em rede aberta, o telejornal da Rede Globo de Televisão foi considerado um desafio que começou em 2014. Diante do projeto inicial, questionou-se o que um telejornal que vai ao ar às 5h da manhã precisa ter? Acredita-se que antes de se fazer essa pergunta, os diretores, chefes de redação e núcleo de criação também tiveram cautela quanto à criação do novo telejornal. Pergunta essa que estimulou a execução deste trabalho. A resposta logo viria e, segundo o site Memória Globo (2014), o Hora Um da Notícia contempla as informações da madrugada e as primeiras informações do dia com prestação de serviço e estímulo, mediante a utilização de uma linguagem leve e informal, considerada ideal para quem está saindo de casa ou acordando para ir trabalhar e enfrentar a rotina diária.

Previsão do tempo, informações sobre linhas de ônibus, metrô, engarrafamentos e outros assuntos como esses são abordados no telejornal com a predominância nas capitais. O brasileiro que mora em grandes centros urbanos

como São Paulo e Rio de Janeiro tem o costume de sair de casa mais cedo do que as pessoas que moram em outras regiões do país, visto que naquelas cidades os locais são mais distantes e existem outros fatores que influenciam no deslocamento, como o trânsito intenso, as condições meteorológicas, o funcionamento do transporte público. Estes são aspectos cotidianos que afetam diretamente a rotina da população. Segundo Temer (2007), esse tipo de informação produz influência positiva e melhora a qualidade de vida das pessoas.

### **5.2.1 Equipe e Cenário**

O Hora Um da Notícia, segundo informações do site Memória Globo (2014), é comandado pela apresentadora Monalisa Perrone e conta com cerca de vinte e três funcionários, que são importantes em todas as etapas, desde a produção até a finalização do telejornal. Fica sob a incumbência do editor-chefe, Sérgio Henrique Coelho, e do editor-executivo, Pedro Serra, em segunda estância, as decisões sobre o que de fato vai ao ar, porque deve ir e quais as prioridades de cada dia no telejornal, bem como a responsabilidade pela conversa prévia com parte da equipe. A equipe que é composta por quatro editores de texto, cinco editores de imagens, uma produtora, quatro operadores de câmera, um diretor de imagens, responsáveis pela iluminação, videografismo, arte e a diretora de jornalismo Silvia Faria e tem a direção responsável por Ali Kamel.

O telejornal possui ainda os comentaristas Heraldo Pereira, que fala diretamente de Brasília sobre Política, Cléber Machado, no Esporte, Samy Dama que fala sobre Finanças e Economia, além correspondentes especiais como Márcio Gomes, em Tóquio, Rodrigo Alvarez, em Jerusalém, e Cecília Malan, em Londres. O Hora Um conta também com as participações especiais do Luciano Burti para falar sobre a Fórmula Um, e a previsão do tempo que fica por conta da jornalista Izabella Camargo.

Sediado na Globo em São Paulo, o estúdio do Hora Um da Notícia fica ao lado do cenário do Globo Esporte. Conta com uma bancada com tons de branco, cinza e luzes amareladas remetentes ao nascer do sol. O cenário do jornalístico possui um telão de interação com a tela sensível ao toque, possibilitando a leitura das principais capas dos jornais do dia, a leitura da bolsa de valores, previsão do

tempo e conversa com os repórteres que interagem ao vivo de vários locais do Brasil e do mundo.

**Figura 1:** Monalisa Perrone no estúdio no dia da estreia do Hora Um da Notícia



**Fonte:** Foto de Zé Paulo Cardeal/Reprodução TV Globo.

**Figura 2:** Na esquerda de azul Izabella Camargo, jornalista que cuida da Previsão do tempo. Na direita de preto Monalisa Perrone, Apresentadora do Hora Um da Notícia.



**Fonte:** Foto de Bob Paulino/Memória Globo.

### 5.2.2 A Apresentadora

Repórter desde 1999, a Paulistana Monalisa Perrone já passou por vários telejornais e diversas coberturas na TV Globo. Segundo o site Memória Globo (2014), a jornalista iniciou a carreira cedo e ainda na faculdade começou a trabalhar na rádio Jovem Pan. Neste momento, Monalisa começava a descobrir a sensibilidade da profissão e teria preocupação maior diante de uma cobertura sobre a fuga de um dos assassinos do líder seringueiro, Chico Mendes, pois este foi um assunto de grande repercussão naquela época. Por meio de uma ligação gravada, a jornalista ainda no início da carreira, descobriu através de um funcionário do presídio que afirmou que os réus haviam fugido pela porta da frente. Diante desta informação, a jornalista disse em entrevista ao site Memória Globo (2014), que sentiu que aquela era a notícia do dia.

Ainda conforme informações sobre a trajetória da jornalista e apresentadora, cerca de três anos depois de trabalhar na rádio Jovem Pan, Monalisa foi para a rádio Bandeirantes onde trabalhou por mais cinco anos, participando de coberturas importantes como o acidente envolvendo a queda do Fokker 100 da Tam em 1996, a Máfia dos Fiscais, além de fazer viagens internacionais para acompanhar o presidente Fernando Henrique Cardoso (Memória Globo, 2014).

**Figura 3:** Monalisa Perrone na bancada do Hora Um da Notícia, telejornal que apresenta desde 2014



**Fonte:** Reprodução TV GLOBO.

No ano de 1999 surge a oportunidade de trabalhar na TV Globo. A recém contratada passaria a ser repórter do Bom Dia São Paulo, onde, com o passar do tempo, foi crescendo dentro da emissora e realizando diversas coberturas para telejornais como Bom Dia Brasil, Jornal Nacional, Jornal Hoje e Jornal da Globo. Em meados de 2000, a repórter começaria a apresentar, de forma eventual, os telejornais locais da Globo em São Paulo, Bom dia São Paulo, SPTV e Bom Dia Brasil (bloco local de São Paulo com informações do trânsito e previsão do tempo nos intervalos da rede). Já no ano de 2014 ela recebeu o convite para apresentar o novo telejornal da Rede Globo, que começaria em dezembro daquele ano. A então repórter aceitou e deste então está à frente do Hora Um da Notícia, sendo que há três anos faz parte também do rodízio de apresentadores eventuais do Jornal Nacional.

### **5.2.3 Estrutura e Condução**

Com três blocos e dois intervalos, o Hora Um da Notícia possui 55 minutos de duração e aborda os mais variados temas. Edições especiais com coberturas específicas que, por ventura aumentam o tempo do telejornal, como por exemplo a recente cobertura do incêndio dos edifícios no largo do Paissandu em São Paulo, tomam maior espaço visto que a prioridade é o fato no noticiário. Como já foi mencionado, o telejornal prioriza as primeiras informações do dia, previsão do tempo, informações de metrô, ônibus e aeroportos, pois, de certo modo, acaba refletindo na rotina das pessoas.

O jornalístico também abre espaço para temas variados com a presença de reportagens especiais, produção de séries, campanhas com participação direta do telespectador por meio do aplicativo você no Hora Um, e também através do site da Globo. Ocorre ainda a presença de especialistas nas reportagens, quando envolvem assuntos que precisam de maior entendimento. Por ir ao ar muito cedo, o telejornal utiliza os profissionais da casa no estúdio e mantém frequentes dinâmicas de *link* ao vivo com as demais praças espalhadas pelo país.

### **5.3 Como o Infotainment está presente na Apresentação e Reportagens do Hora Um da Notícia**

Conforme salientado na metodologia desta pesquisa, a análise foi dimensionada em duas categorias, a de Apresentação e de Reportagem. Neste item, foram divididos dois subitens com as categorias selecionadas.

Na categoria Apresentação estão inclusas a linguagem verbal, que corresponde a como o texto das cabeças são lidos pelo apresentador, a linguagem não verbal, que está ligada à postura e demais sinais que o corpo dá ao se comunicar, e aos recursos gráficos, se for o caso de utilização. Mediante esta ordem serão detalhadas a seguir as análises das categorias de Apresentação e Reportagem, selecionadas para essa pesquisa.

## 6 CATEGORIA APRESENTAÇÃO

### 6.1 Previsão do Tempo do dia 24 de abril de 2017

Esta edição do Hora Um da Notícia teve uma duração de 54'47" (cinquenta e quatro minutos e quarenta e sete segundos, sem a presença de intervalos). Como último destaque da escalada, e antes do giro das câmeras para mostrar as principais capitais do Brasil, a apresentadora Monalisa Perrone diz na manchete: *“Em Santa Catarina, o frio é muito aguardado por turistas e comerciantes”* com essa especulação, Monalisa já cria uma expectativa em relação as temperaturas que, de certa forma, iriam interferir na rotina dessas pessoas atingidas por ela. Ao final da escalada, já com imagens no estúdio, a jornalista fala sobre outro destaque, que seria o uso de caixa dois envolvendo a então ex-presidente, Dilma Rousseff. Ao finalizar a cabeça, roda a vinheta e começa o giro de câmeras. Neste giro, Monalisa mostra várias capitais Brasileiras e traz como destaque a situação do trânsito e as temperaturas de cada cidade prometendo, mais detalhes sobre como vai ficar o dia na previsão do tempo com a jornalista Izabella Camargo.

A previsão do tempo acontece em dois momentos do Hora Um da Notícia, no início do telejornal e geralmente no finalzinho, momentos antes do encerramento. Nesta edição, a previsão do tempo durou 8'31" (oito minutos e trinta e um segundos), começou logo após uma reportagem da Michelle Barros, que abriu o jornal falando sobre a morte de três soldados afogados em São Paulo.

**Figura 4:** Monalisa Perrone no giro de câmeras desta edição



**Foto:** Frame do Vídeo captado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

Precisamente às cinco horas e quatro minutos a primeira parte da previsão do tempo começou. Monalisa Perrone anunciou: *“Agora o nosso assunto é a previsão do tempo, vamos falar direto com ela. Oi, Izabella! Bom dia”*. A jornalista Izabella Camargo, logo em seguida responde à colega dando bom dia pra todos. O papo segue com a solicitação de Monalisa Perrone *“Conta tudo, os destaques de hoje. Táquentinho aqui em São Paulo?!”* Izabella logo responde, *“É porque a frente fria vai chegar e sempre antes dela dá uma...”* Monalisa intervém e diz que dá um bafo e Izabella, confirma: *exatamente um Bafinho. Dá uma aquecidinha.*

Izabella promete falar logo mais sobre as temperaturas, é traz outro destaque que são os temporais que aconteceram e que estavam previstos para aquele dia em algumas regiões do país. Logo após aquele momento, a jornalista traz informações sobre a quantidade de milímetros que havia chovido em algumas áreas do Nordeste e Sudeste. Ainda falando da chuva, Izabella chama uma reportagem informativa para mostrar como foi a chuva em Ceilândia no Distrito Federal, que teve 45” (quarenta e cinco segundos), e terminou mostrando um motoqueiro que teve que ser ajudado por pessoas para carregar sua moto que ficou presa numa boca de lobo e com a seguinte deixa (deixa são os momentos finais da reportagem, já na regressiva pra voltar para o estúdio) *“Tadinho, gente, a chuva foi cabulosa mesmo.”* Na sequência Monalisa repete a palavra Cabulosa lentamente, com um sorrisinho no rosto *“Cabulosa mesmo, foi. Foi um chuveirão daqueles.”* Seguindo, a jornalista Izabella Camargo traz informações sobre uma frente fria que viria do sul do país e também falou sobre mais chuvas.

Logo após falar sobre a previsão, Izabella traz como destaque as temperaturas. *“Agora é hora nós vamos falar sobre as temperaturas. Muita gente se preparando pra sair de casa, não quero que ninguém passe perrengue, tá! O Hora Um tá aqui pra gente poder te passar as informações.”* Monalisa interage dizendo que esse é o momento que muitos esperam *“Todo mundo fala que ama as dicas, tá! Então, abuse delas”*. Seguindo com as informações, Izabella fala sobre São Paulo, mostrando por meio do telão interativo a mínima de 16° (dezesesseis graus), afirmando que logo mais a temperatura iria subir e que aquele dia seria um dia mais quente que o anterior. *“Começamos friozinho, mas saí com a roupa mais leve por baixo daquela blusinha mais pesada porque depois você vai precisar.”* Monalisa concorda com a colega e dá uma dica, que o ideal seria aquelas roupas que você pode ir tirando *“Modelito cebola, né Bela?”* Izabella segue falando das temperaturas

no telão. Ainda sobre as mínimas ela traz destaques para as regiões central, sul, sudeste, centro-oeste mostrando as variações. Quando chega num determinado momento que possui a mesma temperatura para várias regiões, a jornalista destaca *“Agora, olha quanto vinte e quatro.”* Monalisa surpresa rir e Izabella continua *“Se alguém quer algum número pra apostar depois em algum jogo da sorte ó, vinte e quatro pra Porto Velho, Boa Vista, Belém, Teresina, Natal e também Sergipe.”* Ao finalizar a primeira parte da participação de Izabella com a previsão do tempo, Monalisa comenta *“Vamos juntos guardar esse número?!”* Izabella, concorda dizendo mais uma vez o número da temperatura. Monalisa afirma *“Então, pronto! Tá guardado.”* Izabella finaliza sua participação, prometendo voltar ainda na edição.

**Figura 5:** Izabella Camargo (Rosa) e Monalisa Perrone (Vermelho) no momento da previsão do tempo. Ao fundo, o telão interativo



**Fonte:** Frame do vídeo captado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

Exatamente às cinco horas e cinquenta e dois minutos começou a segunda parte da previsão do tempo desta edição do Hora Um. Neste segundo momento, a previsão do tempo foi voltada para as informações sobre uma frente fria que se aproximava do Sul e que iria deixar ainda mais frio. Izabella mostrou as máximas, exibiu novamente o mapa da previsão do dia, visto haver telespectadores que começam a assistir depois que o jornal já começou. A segunda parte da conversa entre as jornalistas começou depois de uma reportagem que falava sobre a quantidade de pessoas que estava aguardando atendimento em um hospital do

Maranhão. A apresentadora leu a nota pé (informação complementar ao conteúdo da reportagem), cortou de câmera e logo depois seguiu.

**Monalisa:** *“Vamo falar agora da previsão do tempo e do frio, Izabella, conta!”*

**Izabella:** *“Monalisa, conta pra quem tá em casa com quantas meias a Senhorita dormiu esta noite!”* Monalisa deu uma gargalhada e continuou.

**Monalisa:** *“Eu falei isso no intervalo, depois sou eu que entrego tudo. Duas grossas. Uma delas vem até aqui!”* (mostrando mais ou menos a altura do joelho)

**Izabella:** *“Olha que exagerada gente essa moça.”*

**Monalisa:** *“Tá frizinho!”*

Na continuidade da conversa, a jornalista Izabella Camargo diz querer destacar a transição do outono para o inverno que trará ainda mais frio. **Izabella:** *“Então, o que eu preciso dizer para você e pra quem tá em casa, pra quem tá sentindo frio. É que o outono é uma estação de transição, Maio já está se aproximando com as características do inverno. Então, o centro-sul do país pode se preparar pra mais frio nas próximas madrugadas.”*

Desta forma, Izabella entrou no assunto da previsão do tempo e continuou passando as informações sobre as cidades que haviam registrado as temperaturas abaixo de 10°, dando exemplos sempre relacionando a colega. *“Imagina se você estivesse em Bom Jesus da Serra em Santa Catarina, com 6,6°”* disse Izabella olhando para a colega. Monalisa não exita e logo responde *“Não vou nem imaginar. Sabe aqueles bonecões assim* (eleva os braços nas laterais do corpo) *cheios de roupa.”* De repente, Izabella interrompe a apresentadora dizendo *“Você ia dormir dentro do forninho”*. As duas sorriem e Izabella continua mostrando as outras duas cidades que haviam registrado baixas temperaturas, explicando o porquê de ficar ainda mais frio.

Seguindo o mapa, Izabella Camargo traz as máximas para o dia, dizendo que Porto Alegre não passaria dos 20°, e continuou explanando sobre as máximas de outras capitais, explicando as variações de onde começaria mais frio e depois esquentava. Depois traz o mapa com informações de chuvas, sol, umidade relativa do ar mais baixa e a previsão com variedades de sol e chuva em algumas regiões. Ao finalizar as explicações do mapa, Monalisa perguntou se haviam mudanças para o próximo dia, Izabella respondeu que sim e falou sobre a frente fria que estava chegando pelo sul do país, mostrou onde ela iria atuar, que traria ainda a

possibilidade de geada para grande parte do sul ainda naquela semana, e que continuaria até o final da semana trazendo benefício para os cultivos de maçã e trigo para aquelas regiões. Monalisa olha para câmera e começa a dizer que a colega havia falado sobre as meias e chama o assistente de câmera para pegar o xale de Izabella para mostrar.

**Monalisa:** “Alguém me dedurou das meias. Fabinho, por favor pega o xale da Izabella por favor, que eu quero mostrar pra vocês e a gente ainda vai falar de frio, portanto é oportuno.”

Monalisa, sorrindo pega o xale da colega e vai em sua direção ao lado do telão para lhe abraçar. A jornalista põe o xale em Izabella e as duas começam a rir.

**Izabella:** “Esse é o xale?!”

**Monalisa:** “Esse é o xale!”

**Izabella:** “Esse é o xale que eu ganhei pra me proteger da friagem gente! Aí, ó.”

**Monalisa:** “Eu falei que eu ia roubar o xale!”

**Izabella:** “E muita gente da região sul, vai acabar usando esse xale. Tá esfriando!”

**Monalisa:** “Sim!!!”

**Izabella:** “Você quer pra você?”

**Monalisa:** “Sim!!! Eu acho lindo e tenho vários.”

**Figura 6:** Izabella Camargo e Monalisa Perrone envolvidas pelo xale



**Fonte:** Frame de vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

Ao finalizar a participação sobre previsão do tempo no jornal, a jornalista e apresentadora do Hora Um, Monalisa Perrone, usou esse momento para chamar a reportagem sobre o frio que estava sendo aguardado por turistas e comerciantes da região sul. Numa espécie de improviso, Monalisa, sorrindo disse “*Em Santa*

*Catarina, o pessoal tá esperando o frio com ansiedade. Especialmente o pessoal do comercio, vamo ver porque Izabella?*” Seguido da reposta de Izabella, que foi positiva, entra a matéria sobre o inverno que estava prestes a chegar.

### **6.1.2 Classificação e Características do Infotemenimento**

Nesta primeira análise foi possível identificar, de acordo com o conceito e as categorias estabelecidas por Dejavite (2006), a presença do infotemenimento na previsão do tempo. Que é, segundo ela, apresentada como categoria de infotemenimento quando diz que, por meio da previsão do tempo é possível obter uma “explicação simples e objetiva, que traz dados sobre o tempo no dia em que é veiculado o jornal.” (DEJAVITE, 2006, p.93). As características do infotemenimento foram identificadas diversas no texto leve e atraente, onde o telespectador vivencia e interage com a notícia, um exemplo é quando a Izabella Camargo diz que *“Muita gente se preparando pra sair de casa, não quero que ninguém passe perrengue, tá! O Hora Um tá aqui pra gente poder te passar as informações”*.

Neste momento, a jornalista insere o telespectador no discurso e a companheira de jornal Monalisa Perrone confirma *“Todo mundo fala que ama as dicas, tá! Então, abuse delas.”* complementa a apresentadora. Ainda nesta análise, foram identificados o uso de adjetivos, como por exemplo na hora que Monalisa fala sobre o xale, ela diz que o xale é lindo e que tem vários. Pode-se citar também o estímulo à capacidade de distração que é visto de forma explícita na linguagem leve e coloquial com que o jornal é apresentado, neste espaço os telespectadores se inserem no diálogo de forma direta ou indireta pois se veem naquele exemplo.

### **6.2 2 - Dia 05 de Maio de 2017 – Previsão do Tempo e Lançamento da Campanha de Dia das Mães**

Esta edição do Hora Um da Notícia teve 55’18” (cinquenta e cinco minutos e dezoito segundos, sem a presença de intervalos). Nesta edição vários assuntos foram destaque entre, eles a previsão do tempo, dita como especial pela apresentadora Monalisa Perrone, por se tratar de uma sexta-feira, já que a previsão traz as informações da Sexta, Sábado e Domingo.

Exatamente às cinco horas e nove minutos, começava a previsão do tempo desta edição. Geralmente esta parte do telejornal não tem uma duração de tempo específica, indo de acordo com o dia e a demanda do jornal. Nesta edição por exemplo, a previsão teve 7'30" (sete minutos e trinta segundos). Ao final de uma reportagem que falava sobre a falta de água em algumas regiões da cidade de Teresina no Piauí, a apresentadora Monalisa Perrone trouxe as informações da nota pé (informações complementares que trazem alguma resposta a reportagem exibida) e logo após cortou de câmera e disse *"Agora a previsão do tempo na sexta-feira ela é especial."* Neste momento Monalisa olha para Izabella Camargo e continua ao se aproximar da colega *"Aliás, essa sexta-feira nós duas estamos casual é isso?"* (palavra pronunciada em inglês pela apresentadora) ao lado de Izabella, Monalisa sorri e logo é surpreendida pela resposta da colega *"Sim! Estamos usando jeans né, Pra comemorar uma sexta-feira!"* Depois da resposta de Izabella, Monalisa afirma que o uso das peças não foram combinados e que era apenas uma coincidência *"E foi sem combinar. A gente só viu na hora que..."* De repente, Izabella interrompe e afirma que é uma proximidade das duas, afirmando ser sintonia e Monalisa responde *"Absoluta, eu gostei. Tá gata!"* Sorrindo com a resposta da colega, Izabella afirma que elas estão apresentáveis *"Pronto, estamos gatas!"* após a afirmação de Izabella, Monalisa pergunta pelos destaques da sexta-feira, fazendo menção ao que deve acontecer com as condições do tempo para todo o Brasil.

**Figura 7:** Izabella Camargo e Monalisa Perrone comparando o figurino



**Fonte:** Frame de vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018)

A jornalista e apresentadora da previsão do tempo, Izabella Camargo, trouxe como exemplo o sono da colega Monalisa Perrone para entrar no assunto *“Você acordou com a chuva né? Na capital paulista!”* Monalisa responde positivamente, afirmando que havia despertado do sono cerca de uma hora antes por conta da força da chuva. A partir deste momento, Izabella Camargo começou falando das pancadas de chuva para o estado de São Paulo e algumas regiões Norte, alguns estados do Sul como Paraná e tempo firme para demais regiões do Rio Grande do Sul e interior do Nordeste fazendo uma breve associação com as mesclagem das condições do tempo *“É o país dos contrastes”* ressaltou.

Dando sequência à previsão do tempo, a jornalista destacou as cidades que tiveram a umidade relativa mais baixa, mostrou também por meio do telão interativo a quantidade de milímetros da chuva em algumas cidades, uma delas foi Maringá no Paraná, em que a jornalista fez menção ao ser sua terra natal. Em seguida, mostrou o mapa de chuvas rapidamente, onde Monalisa tirou uma dúvida em relação as chuvas. A colega perguntou se era uma frente fria que estava chegando no sul do país e Izabella respondeu que seria uma área de baixa pressão, áreas de instabilidade que iria detalhar na próxima *“conversa”* ou seja.

Na entrada seguinte, ainda naquela edição, Izabella continuou a previsão e trouxe as mínimas previstas para o dia, com maior destaque para Curitiba no Paraná, com 14°, Rio Grande do Sul com 16° e destacou também outras regiões do país como o Norte e Nordeste onde as mínimas estavam com semelhanças de máximas. Para finalizar, Izabella falou que as temperaturas no sul do país já estavam amenas, pois o inverno estava próximo de chegar, finalizando sua participação. Monalisa agradeceu a colega e fez um comentário sobre aquela primeira parte da previsão do tempo *“É isso, dica dada pra você! Eu falei e repito, na sexta-feira a previsão é especial. Especial também porque tem alguém que está com uma cara de quem vai relaxar muito em véspera das férias né? Daqui a pouquinho Izabella volta com todos os detalhes pra complementar aí a previsão do tempo. Brigada, Bella! Até já!”* finalizou Monalisa quando cortou de câmera e chamou a próxima reportagem, que falava sobre a exploração sexual de crianças em Roraima.

**Figura 8:** Izabella Camargo e Monalisa Perrone durante a previsão do tempo



**Fonte:** Frame de vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

A segunda parte da previsão do tempo começou cinco horas e quarenta e sete minutos, logo após o resumo que é preparado todos os dias para mostrar os destaques da edição do dia. Para dar início a conversa, Monalisa Perrone disse que estava novamente na hora da previsão do tempo e pediu as informações a Izabella Camargo. Izabella então começou as explicações na tela interativa explicando mais detalhes sobre os dois sistemas de alta e baixa pressão que estavam atuando e mudando as condições climáticas do país.

Dando continuidade, a jornalista detalhou o mapa da previsão do dia chamando atenção para a região do Paraná onde a chuva apresentava uma oscilação durante o dia, ou seja, aquele momento que chove e para. Aproveitando a informação, a apresentadora fala sobre a previsão do tempo, sugerindo aos telespectadores que andassem com roupas compostas e guardas chuvas *“Roupas mais fechadas, sapatos mais fechados. Hoje de repente, deixa pra chapinha mais pro final de semana com aquela escova bonita.*

*Hoje vai ser dinheiro jogado fora”.* Em resposta à afirmação de Izabella, Monalisa Perrone sorri e faz um comentário *“Essa previsão do tempo da chapinha você só tem aqui!”* afirma pegando no cabelo. Izabella completa dizendo que na sexta-feira pode, e continua no mapa, porém com as informações das máximas previstas e logo após traz um mapa geral com as informações da previsão do tempo

para o final de semana, destacando onde tem previsão de chuva e tempo firme, finalizando sua participação. Monalisa, ao agradecer a colega e diz que ela ainda vai voltar nesta edição para falar de uma campanha que será lançada *“Ok! Olha, não vou te dar tchau porque eu quero você ao meu lado no final do Hora Um. Pode?”* a colega responde positivamente e Monalisa continua *“Até porque alguém tá querendo dar tchau logo né, então, férias. Mas a gente tem uma campanha linda e especial que vai começar nessa semana que vem sobre as Mamães. Fica comigo?”* perguntou Monalisa a colega, que obteve uma resposta novamente positiva *“Claro! Então eu já volto.”* foi assim que Izabella Camargo finalizou sua participação na previsão do tempo desta edição. Monalisa agradeceu, cortou de câmera e deu continuidade ao jornal chamando uma reportagem sobre agronegócios que estava terminando naquele dia na cidade de Ribeirão Preto em São Paulo.

Como prometido pela apresentadora do Hora Um da Notícia, no final do telejornal sua colega, Izabella Camargo, voltou. A participação de Izabella aconteceu logo depois de uma reportagem sobre a reforma do Museu da Língua Portuguesa em São Paulo. Na finalização da reportagem, Monalisa usou como deixa o clima tranquilo que a reportagem havia proporcionado por meio do assunto leve.

**Monalisa:** *“Aí, nesse clima legal! Quero dizer pra vocês, o seguinte né Bela.”*

**Izabella:** *“Vamos!”*

**Monalisa:** *“O dia das mães tá chegando! É agora né, no dia 14 de maio e eu tenho um convite pra fazer. A gente quer encher o Hora Um de mensagens de amor pras mamães e a moda antiga. Como é que é? Escrever um bilhetinho.”*

**Izabella:** *“Escrever um bilhetinho. Aí depois né, com essa declaração é pra tirar uma foto deste bilhete e mandar pra gente através do nosso site. G1.com.br/hora1.”*

**Monalisa:** *“Isso!”*

**Izabella:** *“Quando vi essa mensagem, pensei já vou fazer um bilhete pra minha mãe que tá lá no interior do Paraná.”*

**Monalisa:** *“Tira foto do bilhete, e pode ser com a mãe também!”*

**Izabella:** *“Exatamente, não tem limite. Então aqui ó.”* (câmera foca no bilhete de Izabella Camargo)

**Monalisa:** *“Aí que Bonitinho!”* (diz a apresentadora sorrindo)

**Izabella:** *“Luzia, minha luz! Obrigada, minha mãe! Parabéns sempre! É um bilhete simples, mas com muito carinho. Né, a mensagem ela tá aí.”*

**Monalisa:** *“Eu quero também mostrar pra minha!”*

**Izabella:** *“Da Dona Valdete.”*

**Monalisa:** *“Júnior, consegue fechar? (fala Monalisa para o operador de câmera) Acabei de escrever ó, Valdete Te amo!”*

**Izabella:** *“Pronto!”*

**Monalisa:** “É isso gente. A mensagem tem que ser curtinha, legível e põe seu nome também. As melhores vão aparecer aqui no Hora Um na próxima sexta-feira.”

**Izabella:** “E é um bilhete mesmo. O que importa é o que está escrito.”

**Monalisa:** “Isso!”

**Izabella:** “Pode ser numa cartolina, o que é exatamente!”

Neste momento, encerra-se o lançamento da campanha e Monalisa Perrone encerra o jornal juntamente com a colega.

**Monalisa:** “E você tá indo embora né? Então, dá tchau.”

**Izabella:** “Sim, saio de férias a partir de segunda-feira o Tiago Scheuer tá aqui com vocês. Tá bom?!”

**Monalisa:** “É isso ó. Então, ótimo fim de semana. Não esqueça, todas as nossas reportagens você pode ver quantas vezes você quiser no Globo Play. Agora você fica com as notícias da sua região. Bom fim de semana!”

**Izabella:** “Pra nós né?! Se cuida hein, até mais!”

**Monalisa:** “Boas férias!”

Após o diálogo, a apresentadora Monalisa Perrone abraça a jornalista Izabella Camargo num gesto de despedida, as duas vão em direção da bancada e esperam o término da ficha técnica.

### 6.2.1 Classificação e Características do Infotainment

Nesta segunda análise quanto à classificação do infotainment de acordo com as categorias de Dejavite (2006), este tipo de apresentação enquadra-se na categoria previsão do tempo, ou seja, mesma categoria da análise anterior. Nela também é possível notar outra categoria selecionada por Dejavite (2006, p.92), a de curiosidades que envolvem diversos acontecimentos, entre eles a menção de datas comemorativas, que nesta análise aplica-se a data do Dia das Mães.

Em relação as características do infotainment, segundo Dejavite (2006), foram encontradas várias. Os textos leves e atraentes, a forma de envolver o telespectador por meio da linguagem não verbal também está inserida nesse processo, quando as jornalistas chegam perto, se tocam, dão uma gargalhada e fazem gestos que dão “estímulo à capacidade de distração...” (DEJAVITE,2006, p.99). Quando usam termos que envolvem o telespectador, como quando Izabella Camargo fala da chapinha, pra chamar atenção em relação ao tempo, pois isso facilita a compreensão do telespectador e o envolve com o assunto que está sendo

passado, pois, de certa forma o modo que se passa reflete diretamente na percepção do telespectador.

### **6.3 – Dia 01 de Dezembro de 2017 – Aniversário de 3 anos**

Esta edição analisada teve 55”04” (cinquenta e cinco minutos e quatro segundos, sem a presença de intervalos). Para ela foram apresentadas algumas novidades, conforme disse a apresentadora Monalisa Perrone logo após a escalada *“Olá, Bom dia! Bem-vinda, Bem-vindo. Hoje é dia primeiro de Dezembro e o Hora Um completa três aninhos de vida. Gente, da nossa estreia lá em 2014 até agora foram cerca de oitocentas edições... Ufa! Haja fôlego, né, de madrugada. Claro, vamos lembrar aqui uma história ainda curta mas muito intensa né! Quem não se lembra há pouco mais de um ano, né do trágico acidente com o avião da chapecoense.*

*As primeiras informações você viu aqui. Você pôde acompanhar o resgate dos sobreviventes e compartilhar conosco a dor, né, daquele momento triste do Esporte Brasileiro. Outro momento marcante. Foi aqui no Hora Um que você viu a surpreendente vitória de Donald Trump, a apuração ao vivo, o resultado e o primeiro discurso do todo poderoso presidente dos Estados Unidos. Foi pelo Hora Um que você também viu o terremoto no México. A tragédia provocada pelo atirador de Las Vegas e tudo isso no intervalo de pouco mais de doze meses né? E é essa parceria então, cheia de bons frutos, notícias quentes, notícias boas também foram muitas que eu quero renovar hoje com você, sinceramente obrigada tá? Pela sua presença aqui, todo santo dia!”*

Depois de fazer o agradecimento ao telespectador, a vinheta roda e começa o giro de câmeras com Monalisa falando sobre a significativa data para o telejornal. *“Hoje é dia de festa né? Então, a previsão do tempo tá tão mais especial. Se você gosta todos os dias, hoje você amar! Eu não sairia sem ver, tá? Então fica aí que o nosso papo tem duas partes, o primeiro agora e depois no decorrer do jornal. É super importante você saber que a gente faz isso com todo carinho. Quem tá preparando tudo, com as surpresas e disse que tem surpresa pra mim também qual será? Izabella Camargo vem pra conversar com você. Já, já! Agora aqui a gente vê*

*a movimentação ao vivo em algumas capitais. Tem tantas surpresas, daqui a pouco vocês vão ouvir uma voz diferente no Hora Um.”*

**Figura 9:** Apresentadora Monalisa Perrone na abertura do Hora Um



**Fonte:** Frame capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

Monalisa continuou com o giro de câmera e começou mostrando São Paulo, depois o Rio de Janeiro quando mencionou a rotina dos cariocas *“Vamos para o Rio de Janeiro, a estrada do galeão. Tanta gente ver o Hora Um antes de chegar nos aeroportos, né! Pois é, você? É a sua situação? Então agora eu te digo o seguinte, 22° no Rio e chuva o dia todinho na cidade maravilhosa, tá!”* em seguida continuou mostrando as principais capitais do país, seguido das temperaturas, e fez menção as vinhetas de passagem para mudar de câmera e cidade quando estava mostrando Brasília *“Agora eu estou gostando tanto das nossas vinhetas de passagem de câmeras, tá gostando? Então vamo ver mais!* (neste momento passa a vinheta e muda de cidade e Monalisa continua) *Que lindo! Agora estamos no Nordeste, em Fortaleza 27°. Agora em Fortaleza infelizmente não tem previsão de chuva.”* e seguiu fechando o giro de câmeras mostrando o Rio Grande do Sul.

Nesta edição, o telejornal apresentou novos recursos gráficos no GC (gerador de caractere, informações que aparecem na tela como recursos gráficos, legendas e planos de fundo) bem como os ícones que mudaram de lado na tela interativa no

estúdio com recursos mais avançados. As novidades foram apresentadas na previsão do tempo, logo após a primeira reportagem exibida no telejornal, que falava sobre uma operação da Polícia Civil que desmanchou uma quadrilha que fazia entrega de drogas para pessoas de alto poder aquisitivo no Rio de Janeiro.

A previsão do tempo teve 6'57" (seis minutos e cinquenta e sete segundos) e sua primeira parte começou às cinco horas e sete minutos, quando Monalisa anunciou a colega Izabella Camargo *"Agora a previsão do tempo, eu falei né, que tem novidades neste nosso aniversário de três anos. Eu ouvi tanta palavra linda de alguém agora pouco na maquiagem."* disse a jornalista ao se aproximar que Izabella que concordou dizendo *"Foi emocionante!"* logo após continuou Monalisa *"Só não pude chorar porque ia borrar. Mas eu quero dizer o seguinte. Essa parceria dá frutos porque ela tem sentimento verdadeiro. E é isso que eu acho que o pessoal também sente em casa!"* Izabella, segurando a mão de Monalisa completa *"Tem! É totalmente de verdade, a amizade é pra valer e eu não poderia ter uma parceira mais generosa pra poder fazer essa prestação de serviço tão boa que é falar da previsão do tempo."* finaliza Izabella agradecendo a colega Monalisa Perrone que a parabeniza e dando continuidade as informações e solicitando as novidades, a partir daí a jornalista Izabella Camargo começa a apresentar os novos recursos do telão interativo.

**Monalisa:** *"Conta as novidades!"*

**Izabella:** *"Novidades! Primeiro vamos começar com as novidades tecnológicas. Três anos é pra gente dar aí uma incrementada no nosso telão. Veja só, agora a configuração fica do lado da Mona. Mas, se eu toco pra cá ela vem pra cá."*

**Monalisa:** *"Vamo fazer bagunça! Eu quero ela pra mim"*

**Izabella:** *"Não faz isso! Gente ela quer fazer isso mesmo viu."*

**Monalisa:** *"Vocês lembram que eram vários ícones né, e agora o comando é do..."*

**Izabella:** *"Peguei de volta!"*

**Monalisa:** *"Tudo bem! Hoje pode. Mas a baguncinha faz parte da previsão do tempo!"*

**Izabella:** *"Faz parte e fica dinâmico né?!"*

**Monalisa:** *"Eu curto!"*

**Figura 10:** Izabella Camargo e Monalisa Perrone durante previsão do tempo



**Fonte:** Frame capturado de vídeo pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018)

Em sequência são apresentadas as novidades. Izabella Camargo começa a falar sobre as chuvas que aconteceram no dia anterior, mostrando o grau de precisão da previsão do tempo em relação ao acerto dos locais que choveram acima em grandes proporções em menos de vinte e quatro horas, seguido de uma reportagem apenas com narração, chamada por Izabella para mostrar os estragos causados pelas chuvas em algumas regiões de Minas Gerais, Distrito Federal e São Paulo. Depois da reportagem, seguiu-se com informações sobre a previsão de mais chuvas nas mesmas regiões. Mudando de mapa, Izabella compara a próxima arte com uma música *“Hoje o dia vai ser assim, igual aquela música. Meu amor hoje o sol não apareceu, no Sul da Bahia Espírito Santo e Rio de Janeiro.*

*Céu bem fechadão mesmo, Mona. A mesma situação para o sudoeste de Mato Grosso do Sul.”* Após a comparação, a jornalista seguiu com as informações de onde o tempo ficaria firme e onde haveria variações nas condições climáticas. Depois, trouxe como destaque o mapa com as mínimas previstas, encerrando sua primeira participação. Dando sequência, Monalisa Perrone chamou a correspondente Bianca Rothier que teve uma entrada de 3’55” (três minutos e cinco

e cinco segundos) direto de Zurique para falar sobre o discurso do Papa Francisco sobre a crise humanitária naquela região.

Na oportunidade, a correspondente parabenizou Monalisa e toda equipe do Hora Um pelos três anos e fez uma breve lembrança de sua trajetória como contribuinte na construção do jornal. Em um dos momentos, Bianca diz que tem um presente para o telejornal *“Eu encomendei um presente pra vocês, pra São Pedro.”* Monalisa, no estúdio se surpreende e pergunta qual seria e a correspondente continua *“Tudo branquinho aqui atrás pra vocês”* (mostrando a paisagem ao fundo) Monalisa faz continua interagindo com a repórter em Zurique destacando a beleza da paisagem e afirmando que quer apenas observando de longe pois é muito frio e que prefere o Brasil, pelo fato do clima.

A apresentadora continua, parabeniza a colega e fala da sua importância para o telejornal. Antes da finalização da participação da repórter, Monalisa pede que ela dê um tchau que todas as correspondentes da Europa sabem dar *“E com aquele tchau de elegância que as nossas correspondentes na Europa tem. Dá um tchau, então Bianca de elegância!”* Sorrindo, a correspondente Bianca Rotier mostra uma luva, que segundo ela era pra proteger do frio, e dá o tchau solicitado por Monalisa, finalizando assim sua participação. A apresentadora agradece e finaliza fazendo a passagem de bloco prometendo mais surpresas, mencionando uma participação especial que ainda não iria revelar.

**Figura 11:** Momento que Bianca Rothier dá tchau atendendo ao pedido de Monalisa.



**Fonte:** Frame do vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

Esta edição comemorativa teve ainda reportagens sobre a reforma da previdência e a delação premiada envolvendo a polêmica de Guido Mantega. Ao finalizar a reportagem sobre a reformar da previdência, a apresentadora Monalisa Perrone seguiu com o Hora Um revelando qual seria o convidado especial que ela receberia naquela edição especial *“Vamos dar uma pausa agora no noticiário político. Pra você que ligou a televisão agora, tem tanta gente que chega agora no Hora Um, geralmente cinco e meia, pertinho disso. Hoje é um dia especialíssimo, tá! Exatamente há três anos era a primeira edição do Hora Um, nós estamos completando então hoje três intensos aninhos de vida.*

*E nesse período então de comemoração, as nossas comemorações começam hoje e vão até semana que vem . Nós vamos receber uma série de companheiros que toda manhã levam pra vocês aí em todo país, as primeiras notícias da sua região. Um pessoal que eu sei que vocês adoram. A nossa viagem gente, vai cruzar o Brasil de Norte à Sul tá? O nosso primeiro convidado é especialíssimo, é o Rodrigo Bocardi que comanda o Bom Dia São Paulo e também participa do Bom Dia Brasil. Brigada! Que prazer!”* Foi desta forma que Monalisa chamou o apresentador do Bom Dia São Paulo para uma conversa dinâmica sobre o telejornal e as notícias locais que durou 7’29” (sete minutos e vinte nove segundos).

**Figura 12:** Rodrigo Bocardi e Monalisa Perrone falando sobre o Chá de Monalisa.



**Fonte:** Frame do vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo.

**Rodrigo:** “O Hora Um é tão especial que faz aniversário na sexta!”

**Monalisa:** “Eu quero fazer perguntas que passam na minha cabeça. Quanto tempo na apresentação do Bom dia São Paulo?”

**Rodrigo:** “Cinco. E o Hora Um é uma referência pra mim, porque eu lembro que o Hora Um começou depois de eu estar dois anos no Bom Dia São Paulo. Então três do Hora Um, mais dois do Bom Dia São Paulo temos cinco.”

**Monalisa:** “O que mudou pra você como apresentador do Bom Dia São Paulo sabendo que já tinha essa turma que já tão antes, que bota a notícia aí pra circular. Como interfere isso pro apresentador local que sabe que tem um jornal de rede que não existia antes na programação da Globo?”

**Rodrigo:** “O que eu acho é que ajuda acordar né?”

**Monalisa:** “Muito!”

**Rodrigo:** “E aí, a gente começa a tomar chá de Monalisa!”

**Monalisa:** (Aos risos) “Meu Deus!”

**Rodrigo:** “Sabe o que é chá de Monalisa? Não existe cara de sono, é uma coisa impressionante no meio da madrugada. Aí você toma o chá ao ver Monalisa, o chá de Monalisa quando você acorda e desperta uma pessoa fantástica.

**Monalisa:** “Adorei!!!”

**Rodrigo:** “E o principal eu acho que é pegar essa equipe, toda azeitada já, é um processo de notícia de produção de notícia, de conteúdo. Você não tem que despertar, você já vem na onda com todo mundo ali trabalhando junto. E mais do que isso, quem tá junto com a gente também porque eu acho que uma coisa vai emendando com a outra porque as pessoas que estão acordando, aquelas outras que estão chegando do trabalho e aí vai emendando. Então vira um ciclo e acho que acaba ficando uma harmonia mais gostosa.”

**Monalisa:** “Sem dúvida. Na verdade a minha principal preocupação quando começou o Hora Um, era realmente mostrar a tal locomotiva entregando pro pessoal que faz há tanto tempo e faz tão bem os telejornais locais. Então passou um frio na barriga total. E sobre o chá de Monalisa, eu tenho um probleminha mesmo. Eu acordo assim! Não há chá de nada, mas enfim eu acho que é porque a gente faz o que ama também né?”

**Rodrigo:** “Nas melhores farmácias!”

**Monalisa:** (Aos risos) “Bom, então esse jeito todo. Ah, digamos assim natural e tal as vezes fica bravo com chá de Monalisa, porque Monalisa fala muito né?”

**Rodrigo:** “Vai invadindo tudo. Me avisa quando for assim pra eu poder dormir um pouquinho mais e chegar mais tarde.”

**Monalisa:** (Sorrindo muito) “Para! É o seguinte, pra você que não tá em São Paulo essa pessoa passou os últimos três anos vira e mexe ele reclamava que a gente roubava o tempo do Bom Dia São Paulo. Vamos ver!”

A partir desse momento roda a vinheta do Bom Dia São Paulo com o começo da abertura do telejornal local, mostrando o apresentador Rodrigo Bocardi questionando sobre o tempo que tinha entrado no ar, naquela ocasião às seis e dois da manhã. Na oportunidade, ele menciona que a equipe do Hora Um estava

tomando o tempo do Bom Dia São Paulo e fazendo hora extra. Quando volta para o estúdio, Monalisa afirma que é parada pela população que indaga sobre seu relacionamento com Bocardi e logo vem a resposta *“Ah, claro que sim!”* Após as explicações do apresentador do Bom Dia São Paulo e de Monalisa, a conversa é finalizada trazendo todo o processo de como funciona a produção da notícia nos telejornais matinais da Globo e, justamente desta maneira, Monalisa diz que encerrou o Hora Um do dia anterior comovida pelo assunto de uma reportagem sobre um menino de quinze anos chamado Alan, que perdeu a visão por causa do câncer e teve o notebook roubado por ladrões.

A reportagem havia comovido também outras pessoas, assim como a apresentadora, que teriam se juntado para comprar um novo computador para o garoto. Seguindo com a história, a apresentadora chamou Rodrigo para acompanhar a reportagem. Quando voltou, a apresentadora fez comentários com relação à profissão do jornalista, afirmando que queria encerrar o jornal do dia anterior com entusiasmo, porém não foi possível, pois com aquele assunto não era possível. Mas, reforçou que a missão do jornalismo é passar as informações e servir a população seja com a denúncia, ou com assuntos bons como o final positivo daquela história. Para encerrar a participação do apresentador do Bom Dia São Paulo no Hora Um, Monalisa Perrone chamou Rodrigo para fazer o giro de câmeras e conhecer o Brasil por meio das câmeras panorâmicas espalhadas pelas principais capitais. Ao terminar o giro, Monalisa encerrou o bloco.

No terceiro e último bloco, a previsão do tempo começou às cinco e quarenta e cinco da manhã, logo após uma reportagem que trouxe como destaque o esquema de propina que acontecia em São Paulo e no Rio de Janeiro, em que policiais recebiam dinheiro para proteger criminosos e vender armas roubadas. Para iniciar o momento, a apresentadora do Hora Um disse *“Você tá chegando agora, hoje é um dia tão especial pra gente. Estamos comemorando três aninhos de vida, tem tantas novidades que estão aparecendo desde o começo do Hora Um. Claro que no dia do aniversário a previsão do tempo também é especial.”* Quando encerra sua fala, Monalisa Perrone lembra dos novos recursos do telão interativo, pois segundo ela os telespectadores chegam em todos os horários no Hora Um. Depois do lembrete, a jornalista pede a colega que faz a previsão do tempo, Izabella Camargo, para mostrar as novidades.

**Izabella:** *“Isso, a gente já se beijou mais cedo. Eu falei que essa aqui é a parceira mais generosa da vida!”*

**Monalisa:** *“Imagina!”*

**Izabella:** *“Vinte anos de profissão e nos últimos três aqui no Hora Um eu tô muito feliz, muito realizada.”*

**Monalisa:** *“Obrigada!”*

**Izabella:** *“Pra prestar esse serviço com uma querida, tão generosa que me ajuda sempre!”*

**Monalisa:** *“A reciprocidade é o segredo dessa equipe de um monte de gente que vocês não veem também.”*

**Izabella:** *“Exatamente!”*

**Monalisa:** *“Eu adoraria mostrar todos. Quem sabe um dia né?!”*

**Izabella:** *“Na próxima a gente tenta.”*

**Monalisa:** *“Um festão!”*

Para dar continuidade ao assunto da previsão do tempo, Izabella Camargo mostra os recursos tecnológicos e entra no assunto das chuvas, destacando a anomalia de chuvas previstas para o mês de dezembro, dizendo que o aniversário de três anos do telejornal trouxe notícias boas, que no caso seriam as chuvas para algumas regiões do país. Logo após mostrar o mapa de anomalias de chuva para o mês inteiro, a jornalista traz o mapa de chuva para o dia e volta a trazer o exemplo da música: *“Meu amor hoje o sol não apareceu”* especialmente para o sul da Bahia, Espírito Santo, Rio de Janeiro, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. Depois do mapa de previsão de chuvas para o dia, Izabella trouxe as máximas previstas e a previsão para o final de semana em algumas capitais. Monalisa agradece a participação da colega e segue o jornal com o bloco de esportes, que trouxe como destaque os jogos da copa do mundo da Rússia que teve um tempo total de 5’54” (cinco minutos e cinquenta e quatro segundos) já com a participação ao vivo do correspondente Marcelo Courrege de Moscou na Rússia.

Para dar continuidade ao assunto da copa do mundo da Rússia, Monalisa chama ao vivo, depois da reportagem, o correspondente de Moscou, Marcelo Courrege, que fez questão de parabenizar o telejornal em russo. No momento de descontração, o repórter que estava no frio da capital da Rússia, seguiu com as informações sobre o sorteio dos grupos e a participação da seleção brasileira na copa do mundo da Rússia. Ao finalizar as informações, Monalisa agradeceu ao colega pela participação e contribuição sempre que tem informações sobre o esporte fora do Brasil, e seguiu trazendo informações sobre a semi-final da copa sul-americana, destacando a vitória do Flamengo que estava na final da copa. Quem

trouxe as informações e os gols da rodada foi o jornalista Luís Roberto, que teve uma participação de 3'02" (três minutos e dois segundos).

**Figura 13:** Correspondente Marcos Courrege e Monalisa Perrone no final da entrada



**Fonte:** Frame de vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

Como última abordagem, Monalisa Perrone frisou uma série de reportagens que começaria na semana seguinte: *“Gente, as comemorações dos três anos do Hora Um não terminam hoje tá? A partir de Segunda-Feira você confere uma série especial sobre música preparada por nossa equipe. Nós vamos te mostrar como ritmos tradicionais da nossa cultura estão se adaptando aos novos tempos”*. Depois da cabeça entrou o VT de 1'09" (um minuto e nove segundos) mostrando o que a série iria exibir ritmos musicais, escolas e estilos e culturas de músicas. O *teaser* (chamada com o que vai ao ar), encerrou com dois repentistas cantando um verso especial, destinado ao aniversário de três anos do telejornal. Quando volta para o estúdio, o diálogo entre Monalisa e Izabella, que estão juntas tem uma duração de 1'15" (um minuto e quinze segundos). Diálogo esse que mostra uma surpresa em relação ao que foi exibido.

**Izabella:** *“Que demais!”*

**Monalisa:** *“Adorei! Nossa, ouvir os sotaques do nosso país é um privilégio total”*

**Izabella:** *“Emocionante!”*

Depois do diálogo entre as jornalistas, Monalisa diz que é hora de encerrar o jornal e contar mais uma novidade.

**Monalisa:** “Ó, o Hora Um fica por aqui. Mas, no nosso site tem um vídeo feito especialmente pra vocês. O que que a gente aprontou? (fala Monalisa olhando e se aproximando de Izabella)

**Izabella:** “Nossa! Nós respondemos várias perguntas, várias curiosidades de vocês né! Tem revelações lá, também. É só entrar no site e conferir tá certo?!”

**Monalisa:** “Agora as notícias da sua região e depois Bela?!”

**Izabella:** “E depois?”

**Monalisa:** “O Bom Dia Brasil!”

**Izabella:** “O Bom Dia Brasil, claro!”

**Monalisa:** “Ó, ótimo fim de semana! Muito obrigada por esses três anos de parceria é um privilégio tê-los aqui todas as manhãs!”

**Izabella:** “Obrigada pela companhia! Bom final de semana.” (diz mandando um beijo)

O jornal encerra com as jornalistas agradecendo e se abraçando enquanto sobre a ficha técnica.

**Figura 14:** Momento em que as apresentadoras se abraçam no encerramento



**Fonte:** Frame de vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

### 6.3.1 Classificação e Características do Infotainment

Nesta terceira categoria de análise da apresentação, com base a classificação de categorias estabelecidas por Dejavite (2006), percebe-se a

presença da categoria previsão do tempo, que se aplica ao quadro realizado dentro do telejornal não só na edição comemorativa, como nas duas análises realizadas anteriormente. Além da presença das categorias de música, que variam de “Informações sobre a indústria fonográfica...” (DEJAVITE,2006, p.93). Este método tem notoriedade na hora da apresentação da série de reportagens que começaria a partir da semana seguinte. Outras características também foram verificadas, como a presença da trilha sonora e dos recursos gráficos e infográficos, como o novo grafismo apresentado na edição.

Em relação às características encontradas na forma de apresentação, foram identificados os textos leves e coloquiais, como nas duas análises anteriores, a postura da apresentadora e dos convidados durante o telejornal possibilitando o envolvimento do telespectador com o assunto, utilizando a linguagem como recurso atrativo para prender a atenção de quem assiste. Na presente análise foi perceptível também a presença da grande capacidade de distração do telespectador, este momento ocorreu na participação do jornalista e apresentador do Bom Dia São Paulo, Rodrigo Bocardi, que falou sobre o seu trabalho e os bastidores da produção da notícia, proporcionando assim um momento de respiro ao telespectador e despertando a curiosidade em relação ao que estava sendo dito.

Não só a presença do infotimento foi notada na análise desta edição, mas também a presença dos gêneros informativo e utilitário propostos por Marques de Melo e Assis (2013), tanto na hora da previsão do tempo, como no giro de câmeras e em diversos momentos do telejornal.

Somando todos os minutos das participações analisadas, sem detalhar o giro de câmeras e a abertura, tem-se 28’21” (vinte e oito minutos e vinte um segundos) de conteúdo jornalístico com a presença explícita do infotimento em sua grande parte. O tempo total do jornal foi de 55’04” (cinquenta e cinco minutos e quatro segundos), retirar o tempo total de conteúdo analisado, tem-se a sobra de pouco mais de vinte e seis minutos, o corresponde à quantidade de infotimento em mais da metade do tempo do telejornal. Dejavite (2006) afirma que a presença deste tipo de conteúdo não tira a responsabilidade de se fazer um jornalismo responsável, explicando que “não podemos esquecer que o INFOtimento é sinônimo de jornalismo ético, de qualidade e que, por isso, não deve ser tomado como um jornalismo menor por explorar o entretenimento.” (DEJAVITE,2006, p.89).

## 7.0 CATEGORIA REPORTAGEM

### 7.1 – Dia 23 de Abril de 2018 – Reportagem sobre o Crochê

Esta edição do Hora Um da Notícia teve 54'39" (cinquenta e quatro minutos e trinta e nove segundos, sem a presença de intervalos). A reportagem com o tema sobre Crochê, escolhida para análise, teve 3'41" (três minutos e quarenta e um segundos). Exibida faltando apenas 11' (onze minutos) para o término do jornal, a matéria trouxe informações sobre como uma terapia como o crochê é capaz de beneficiar a vida das pessoas. Ao chamar a reportagem, a apresentadora Monalisa Perrone diz: *“Todo santo dia dia tem um monte de notícia ruim e pesada que a gente tem que mostrar, né? Mas, essa não é assim não. A que vem a seguir. É daquela gente, que enche o coração de esperança. Então, se você tá aí na correria pare um pouquinho pra ver que história muito legal, digamos também inusitada. O crochê, é isso que você ouviu. O crochê está mudando de verdade a vida de detentos numa penitenciária Paulista. Quer saber como? Então confira aí na reportagem da Giuliana Girardi.”*

Com OFF (narração do repórter coberta de imagens), a reportagem começa com imagens do Anderson Figueiredo, o ex presidiário que se tornou assistente de ateliê e personagem principal da reportagem, que iria participar do São Paulo Fashion Week. Logo depois da sonora de Anderson, a repórter segue mostrando como o personagem conheceu o crochê dizendo: *“A história do desfile e da nova vida do Anderson, começa aqui. Penitenciária Adriano Marrey em Guarulhos na grande São Paulo. Estes presos repetem os mesmos passos de Anderson. É nesta sala que todos conheceram a arma que está mudando a vida deles”*. Depois do OFF vem a sonora de um detento falando sobre as armas que utilizou no passado, explicando que hoje utiliza a agulha de crochê que transformou sua vida. A repórter segue com a reportagem *“No começo o pessoal estranhou.”* Segue a sonora de Anderson dizendo o que achava sobre a prática do crochê. Em seguida a jornalista revela o Gustavo Silvestre, o estilista responsável por ensinar a técnica aos internos, e que por dois anos e meio havia formado 120 alunos, ressaltando a existência de fila de espera para o curso.

**Figura 15:** Anderson e a repórter Giuliana Girardi no ateliê em que trabalha



**Fonte:** Frame de vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

No momento da passagem, Giuliana Girardi evidencia o trabalho dos detentos por meio das peças confeccionadas, afirmando ter surgido uma coleção inteira toda feita pelos presos, com fios doados por uma empresa parceira do projeto que foi batizado de ponto firme.

**Figura 16:** Momento da passagem da repórter Giuliana Girardi na penitenciária



**Fonte:** Frame de vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

Giuliana frisou ainda a participação dos detentos no processo de acompanhamento do desfile que seria realizado: *“E como não dá pra sair do presídio. Os criadores da coleção acompanharam lá mesmo, uma prévia bem*

*especial do desfile.” neste momento há uma sonora de um detento afirmando: “Dá orgulho, dá incentivo né. Valeu a pena essa luta, essa dedicação”. Após a afirmação da sonora, sobe som na reportagem com os detentos aplaudindo o trabalho realizado. Em seguida, a matéria é continuada com o OFF dando o exemplo de Anderson, personificando-o ainda mais: “Isso o Anderson pode dizer. Conheceu o crochê na cadeia em Guarulhos quando começou a cumprir a pena por assalto e tráfico de drogas. Aprendeu muita coisa, até fabricar seu instrumento de trabalho. Agora ele usa as agulhas do lado de fora da cadeia.*

*Tá livre há um ano e virou assistente no ateliê do Gustavo”. Ao término do OFF segue a sonora do personagem falando sobre a mudança de vida. A seguir, a jornalista faz menção à família de Anderson: “A família do Anderson pôde ver essa mudança acontecendo da primeira fila. Deste cenário surgiu uniforme que um dia ele usou na cadeia, feito de crochê. Depois, o que se viu foi muita cor e criatividade”. Segue a sonora de Paulo Borges, diretor do São Paulo Fashion Week, opinando sobre o desfile e concordando com o que foi mencionado no OFF pala repórter Giuliana Girardi, fazendo comparações com as tendências da moda no mundo todo. Após a sonora do diretor, acontece a última penúltima sonora, antecedente a de Adriano com a filha, que é o personagem principal da reportagem “Eu amei o desfile, eu amei tudo que aconteceu.” finaliza a garota.*

**Figura 17:** Parentes do Anderson no momento do depoimento de sua filha



**Fonte:** Frame de vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018)

Para encerrar a matéria, a repórter acrescenta no OFF: “Uma estreia pra todos. Pro Anderson e pra família. Pros presos criadores das roupas e pro estilista

*que ensinou que de ponto em ponto dá pra mudar de vida.” depois segue a última sonora com o depoimento de Anderson que estava emocionado “Ponto firme no recomeço e ponto final na vida que eu levava!” disse.*

Na volta da reportagem para o estúdio, a apresentadora Monalisa Perrone estava com a jornalista Izabella Camargo, que faz a previsão do tempo, para a segunda parte deste momento. Monalisa, aproveitou a oportunidade para fazer um comentário sobre a reportagem *“Não falei! Alegrou meu coração essa reportagem. Primeiro Parabéns pra Giuliana Girardi e toda equipe. Num é? Fala algo, no meu tocou demais.”* Comentou Monalisa olhando para a colega, que logo respondeu: *“Tocou demais e é uma coisa curiosa porque em cada ponto existe um recomeço e eu tenho certeza que eles desenvolveram uma outra coisa a partir do crochê”,* afirmou Izabella Camargo que logo teve que responder outra pergunta da colega em relação ao algo novo que eles poderiam ter desenvolvido. Novamente respondeu Izabella: *“A meditação”.* Monalisa rapidamente concordou com o comentário da colega que continuou: *“E aí naquela respiração a gente vai respirando. Eu não sei fazer crochê e eu sou doida pra aprender!”*, comentou Izabella que logo foi surpreendida por Monalisa: *“Vamos aprender juntas?!”* Eu só quero dizer o seguinte, *Parabéns Gustavo, o estilista. Parabéns a todos é isso. Quando se é dada uma oportunidade claro que as pessoas que querem mudam a vida e mais exemplos assim pra gente mostrar. Parabéns de verdade!”*, encerrou a apresentadora que prosseguiu com o telejornal.

**Figura 18:** Izabella Camargo e Monalisa Perronne comentando sobre a matéria.



**Fonte:** Frame de vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

### 7.1.1. Classificação e Características do Infotainment

A reportagem analisada pertence à categoria comportamento e artes, pois se trata de “assuntos ligados às diferentes formas de expressões artísticas...” (DEJAVITE, 2006, p.91) e, de acordo com as categorias estabelecidas por Dejavite (2006, p.92), está relacionada diretamente com o “[...] conjunto de atitudes e reações de um indivíduo em face do meio social [...]”. Isso se aplica à transformação da vida do personagem da matéria, que hoje produz um trabalho diferente, podendo mostrar o antes e o depois do que se passava em sua vida.

Em relação às características do infotainment, percebeu-se o texto leve e coloquial, como já foi mencionado também nas análises anteriores. Tanto a apresentação como a produção das reportagens de determinados assuntos possuem uma linearidade que tenciona permitir ao telespectador uma sensação de conforto, de modo que ele não perceba uma diferença muito brusca entre as maneiras da construção e da narrativa do telejornal. Outra característica proposta por Dejavite (2006, p.99) muito presente foi foco à personalização, que nesta análise pode ser relacionada com a história contada, tendo um personagem central, que é o Adriano, cuja vida transformada e, por meio dele várias outras pessoas estão tendo a mesma oportunidade. Para encerrar, o comentário informal com a opinião pessoal das jornalistas traz o estímulo à capacidade de distração, onde faz o telespectador imaginar e refletir também sobre o assunto tratado, que no caso era o projeto e a mudança na vida do personagem.

### 7.2 2 – Dia 24 de Abril de 2018 – Papagaio Charão

Esta edição do Hora Um da Notícia teve 54'55” (cinquenta e quatro minutos e cinquenta e cinco segundos, sem a presença de intervalos). A reportagem escolhida teve como temática a revoada do papagaio charão, e foi exibida durante 2'34” (dois minutos e trinta e quatro segundos), começando logo após a previsão do tempo, quando a apresentadora Monalisa Perrone, ao lado da colega Izabella Camargo, anunciou na cabeça: *“Agora a gente vai falar de algo que a gente pode olhar contemplando o céu que tal?!”* Izabella, logo responde positivamente e Monalisa continua *“Então, é isso gente uma matéria de encher os olhos, tá, presta atenção.*

*Porque essa é a época em que o papagaio charão sai do Rio Grande do Sul e vai até Santa Catarina em busca de comida né Bela?* Izabella dá continuidade à cabeça e complementa: *“É porque a revoada então dessas aves é um show da natureza!”* Neste momento as duas olham para o telão e roda a reportagem que é constituída de OFF, sonoras e passagem.

A matéria começa quando a repórter menciona no OFF: *“Quando o dia vai terminando, o espetáculo começa no céu.”* Em seguida sobe o som com o canto do papagaio charão e entram no ar as imagens da ave em pleno voo.

**Figura 19:** Imagem do voo das aves em pleno céu



**Fonte:** Frame de vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

A repórter Eduarda Demeneck, de Santa Catarina, dá continuidade a matéria falando sobre a revoada, momento em que os papagaios charão se deslocam do Rio Grande do Sul para Santa Catarina em busca de alimento: *“Um show que nessa época do ano só é visto aqui na Serra Catarinense. E que durante o Outono e Inverno, os papagaios charão migram do pra cá em busca de alimento. O pinhão é o prato principal!”* Após o OFF é exibida uma sonora com uma bióloga que explica sobre a quantidade de papagaios que vão para a serra em busca da sobrevivência. A repórter continua no OFF: *“Se lá em cima tem espetáculo aqui embaixo não falta gente pra assistir. E olha que é um pessoal atento, são os observadores de aves que até meados de junho são presença fácil por aqui”.* A reportagem segue com

sonoras dos observadores explicando que até as pessoas de fora se interessam em ir fotografar os papagaios charão.

Na hora da passagem, Eduarda traz como destaque o *hobby* de muitos curiosos que vão assistir a chegada do papagaio charão na serra catarinense. Segundo ela, existe até competição para ver quem tem o maior número de espécies catalogadas. Ainda segundo a jornalista, é como se fosse uma espécie de álbum de figurinhas onde eles comparam quem tem mais.

**Figura 20:** Momento da passagem da repórter de Santa Catarina



**Fonte:** Frame de vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

Após a passagem segue o OFF e, logo após entra a sonora com o exemplo do Wagner Coppede, que já fotografou mais de 800 espécies de papagaios e aguarda o charão pra aumentar o número. A reportagem mostra também outros fotógrafos que foram até a serra para registrar o momento, e a repórter Eduarda Demeneck finaliza falando sobre as 36 toneladas que os pinheiros produzem, e que são de uso exclusivo dos papagaios charão que, segundo explicado no OFF, sabem agradecer. A reportagem é finalizada com o sobe som do canto dos papagaios.

Ao voltar para o estúdio, a apresentadora do Hora Um da Notícia, Monalisa Perrone, na companhia da colega que faz a previsão do tempo, Izabella Carmago, faz comentários em relação ao conteúdo da reportagem e encerram o jornal juntas.

**Monalisa:** “Que coisa mais linda, Adorei! E aí, gostou?”

**Izabella:** “Linda, coisa linda da natureza e tem tudo a ver com o outono.”

**Monalisa:** “Venha pra perto de mim pra dar tchau então. Quem quer rever?!”

**Izabella:** “Acabou, já? Se você quiser rever então a história aqui do papagaio charão e também tudo que a gente conversou hoje.”

**Monalisa:** “Os nossos papos, as reportagens!”

**Izabella:** “Globo Play! Tá tudo lá.”

**Monalisa:** “É isso aí gente, agora as notícias da sua região e depois o Bom Dia Brasil. Vamos desejar ótima terça-feira juntas?”

**Izabella:** “Excelente terça-feira pra você!”

**Monalisa:** “Té amanhã, cinco da manhã. Tchau – Tchau!”

**Figura 21:** Izabella Camargo e Monalisa Perrone encerrando o jornal juntas



**Fonte:** Frame de vídeo capturado pelo Globo Play / Reprodução TV Globo (2018).

### 7.2.1 Classificação e Características do Infotainment

A reportagem desta análise está inserida na categoria espetáculo, conforme explica Dejavite (2006, p.93) é o “relato de tudo o que chama a atenção [...]”. A justificativa desta categoria se aplica nessa reportagem ao identificar que a revoada do papagaio charão é mencionada por Izabella Camargo, ainda na cabeça, como

um show da natureza. e tudo que é classificado como um show chama atenção, e se chama atenção é espetáculo. Outro momento em que se justifica a presença dessa categoria na reportagem é a escritura do OFF em que a repórter Eduarda Demeneck menciona: *“Se lá em cima tem espetáculo aqui embaixo não falta gente pra assistir.”*

Em relação às características de infotimento nesta reportagem, é notada a presença da linguagem leve e informal, assim como na reportagem anterior, e em momentos da apresentação do Hora Um em que o telespectador é inserido neste discurso por meio da informalidade. Também foi identificado o estímulo à capacidade de distração por meio do conjunto proposto tanto dentro da reportagem como no comentário que serviu para uma maior estruturação do fato.

## **6.6 Informação e Entretenimento dentro do Hora Um**

Nas duas categorias estabelecidas para análise nesta pesquisa foi possível notar a presença de algumas categorias de infotimento citadas por Dejavite (2006). Na apresentação, por exemplo, tem-se a categoria da previsão do tempo em todas as análises, e também há casos com outras categorias como infográficos e curiosidades. Com relação aos recursos, foram identificados nas duas categorias, tanto de apresentação quanto de reportagem, a linguagem leve e coloquial, porém com maior predominância na apresentação, além do estímulo à distração que esteve presente em todas as categorias desta análise por meio de um conjunto de elementos que envolvem e permitem que o telespectador se distraia de alguma maneira, seja por conta da linguagem utilizada ou da arte apresentada. Salienta-se também a presença de trilha sonora na previsão do tempo, que funciona como animação, e o toque no telão interativo para dar mais dinamismo ao que está sendo apresentado.

O processo de análise deste telejornal possibilitou identificar a presença do infotimento e de suas características, mostrando o quanto é possível aliar informação e entretenimento em um modelo firme, sem perder a ética e a credibilidade conforme afirma Dejavite (2006). Com a narrativa de conversação e informações que tenham utilizada social, tais como a situação do trânsito e das linhas de metrô, a previsão do tempo e outros assuntos que merecem ter conhecimento público, em conformidade com os critérios de noticiabilidade, foi possível identificar que o jornalismo e o entretenimento se unem de forma linear,

trazendo uma proximidade que não compromete os demais gêneros identificados no Hora Um da Notícia, como o gênero informativo e o utilitário, já que a união acontece na maioria das vezes e sem problemas explícitos. Deste modo, reforça-se a afirmação de Dejavite (2006, p.72) de que “no jornalismo de INFOtenimento uma mesma matéria pode muito bem informar entretendo ou, então, entreter por meio da informação.”

Para melhor compreensão e relação com as características e classificação de infotenimento, propostas nas categorias de Dejavite (2006), segue tabela das categorias apresentação e reportagem.

CATEGORIAS DO INFOTENIMENTO ENCONTRADAS SEGUNDO DEJAVITE	APRESENTAÇÃO E REPORTAGENS DO HORA UM				
	24 DE ABRIL / 2017	05 DE MAIO / 2017	01 DE DEZEM BRO / 2017	23 DE ABRIL / 2018	24 DE ABRIL / 2018
Previsão do Tempo	X	X	X		
Curiosidades		X			
Música			X		
Comportamento				X	
Artes				X	
Espetáculo					X
CLASSIFICAÇÃO DO INFOTENIMENTO SEGUNDO DEJAVITE					
Textos Leves e Atraentes	X	X	X	X	X
Uso de Adjetivos e Advérbios	X				
Estímulo à Capacidade de Distração	X	X	X	X	X
Trilha Sonora e Infográficos	X	X	X		
Foco à Personalização				X	

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o objetivo de analisar a presença do INFOtenimento e de suas características na apresentação e em reportagens do telejornal matinal da TV Globo, Hora Um da Notícia, foram identificadas respostas positivas quanto ao modelo de infotenimento proposto por Dejavite (2006), bem como sobre suas aplicações e características no telejornal.

Salienta-se que, até então, os recentes debates sobre essa especialidade destacada por Dejavite (2006), são escassas. Apesar deste tipo de modelo predominar na realização de programas como o Fantástico da Rede Globo, do Domingo Espetacular da Record TV, e de outros programas da TV brasileira que seguem a proposta de informar e de entreter, a análise deste estudo propõe outra linearidade de conteúdos ao permitir maior liberdade de exploração de conteúdos. O telejornalismo começa a utilizar este modelo especificamente em algumas ocasiões e assuntos que podem proporcionar uma espécie de respiro em meio aos noticiários de grande impacto.

A análise desenvolvida nesta pesquisa possibilitou a identificação deste modelo híbrido de jornalismo na composição do Hora Um da Notícia, que por ser um telejornal que vai ao ar nas primeiras horas da manhã, necessita de estratégias que prendam ainda mais a atenção do telespectador, utilizando este modelo para alguns momentos de sua construção. Sua principal função é informar, porém, o faz de forma diferente, e esse diferencial se dá mediante a forma como a linguagem narrativa da apresentação é construída, mostrando a preocupação de informar e entreter. O telespectador, muitas vezes por estar desatento, acaba não percebendo as estratégias utilizadas para chamar sua atenção quanto às informações apresentadas.

Cabe destacar que uma das características mais encontradas nesta análise foi a recorrência do texto leve e coloquial que, conseqüentemente, insere o telespectador no ambiente da informação, como por exemplo ao falar sobre a previsão do tempo citando exemplos que falam diretamente com quem assiste. Sugerir as roupas que se deve usar, se naquela região vai dar para colocar a roupa no varal, se é o dia ideal para arrumar os cabelos, etc. Assim, essa informalidade promove a capacidade de distração de quem assiste por meio de recursos e

características construídas para criar um ambiente noticioso mais atrativo para quem assiste, confirmando a presença do infotimento no Hora Um da Notícia.

A categorização desta pesquisa tomou o processo analítico para verificar a presença do infotimento e das suas características mais simples mediante as categorias propostas por Dejavite (2006), que se referem à classificação do conteúdo. Contudo, no infotimento o processo de categorização não pode ser considerado como único, já que este modelo é híbrido, pode aparecer em qualquer meio de comunicação e com a presença de qualquer tema, o que dispensa uma classificação que especifique o seu conteúdo.

Durante o processo de análise, observou-se que os objetivos de informar e entreter, tanto na apresentação como nas reportagens, obtiveram êxito sem prejudicar as formas de passar as informações. Entretanto, há autores que criticam esta especialidade, afirmando não haver linearidade de fronteiras, alegando o comprometimento da informação diante da suposta inferioridade do entretenimento. Mediante esta análise, verifica-se a presença e mesclagem de um ou mais gêneros sem o atrito proposto por alguns estudiosos, confirmando ser possível informar e entreter sem prejudicar a informação.

Com poucos trabalhos realizados acerca do tema, a efetivação desta monografia e a escolha do objeto, surgiram a partir da curiosidade e do desejo pessoal, pois, na condição de receptor imerso na contemporaneidade, valida-se a vontade de suprir as necessidades de informação e entretenimento de um único modo.

A partir dos resultados obtidos, é possível afirmar que este modelo híbrido vem sendo praticado já há alguns anos e vem ganhando cada vez mais espaço em jornais impressos e na internet, que utilizam este modelo, bem como, mais recentemente na televisão brasileira. Porém, nesta última costumava ser visto apenas em revistas eletrônicas, de modo que o infotimento, dispensado por muitos estudiosos, passou a ser utilizado atualmente em telejornais como o Hora Um da Notícia, reforçando que qualquer desprezo em relação a sua existência pode ser considerado minoritário, uma vez que o desejo de informar e entreter parte do receptor e, não necessariamente de quem constrói a notícia, tendo em vista as pesquisas realizadas antes da criação de qualquer produto, bem como as medidas da audiência depois de sua confecção.

Em suma, faz-se importante destacar que o desenvolvimento desta monografia objetivou fomentar os estudos acerca do tema, visto que o infotainment no âmbito do telejornalismo ainda é incipiente e, diante do crescimento de sua utilização, este ainda deverá ser objeto de muitas pesquisas e discussões não só no campo do jornalismo, mas também no contexto da sociedade e da comunidade acadêmica.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, Daniela. **Infoentretenimento nos Programas Televisivos: o caso das estações televisivas portuguesas**. Lisboa: Universidade da Beira Interior Artes e Letras, 2013.
- ASSIS, Francisco de. **Gênero Diversional**. In: MARQUES DE MELO, José e ASSIS DE, Francisco. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2013.
- ASSIS, Francisco de. **Jornalismo Diversional: a diversão pela forma**. In: Cásper Líbero, 2016. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2016/08/Francisco-Assis-Libero-37.pdf> Acesso: 12 Abril 2018 às 02:58.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2016.
- BRIGLIA, Tcharly Magalhães. **Os limites entre Jornalismo e Entretenimento**. In: Observatório da Imprensa, 2015. Disponível em: [http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/\\_ed844\\_os\\_limites\\_entre\\_jornalismo\\_e\\_entretenimento/](http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/_ed844_os_limites_entre_jornalismo_e_entretenimento/) Acesso: 12 maio 2018 às 03:46.
- BERTRAND, Claude – Jean. **A Deontologia das Mídias**. Bauru (SP): Edusc, 1999.
- BLOG: **Introdução ao Jornalismo** por Acadêmicos do 2º semestre IBES. Disponível em: <http://jornalismoibes.blogspot.com.br/2008/08/sobre-critrios-de-noticiabilidade.html> Acesso em 04 Novembro 2017 às 04:55.
- COSTA, Lailton Alves. **Gêneros Jornalísticos**. In: MARQUES DE MELO, José e ASSIS DE, Francisco. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.
- CEZAR, Janaina. **Critérios de Noticiabilidade na Reportagem da Folha de São Paulo**. In: Observatório da Imprensa, 2013. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/criterios-de-noticiabilidade-na-reportagem-da-folha-de-spaulo/>. Acesso: 05 maio 2018.
- CARVALHO, Ana. **Análise dos Conceitos de Jornalismo Tradicional, Entretenimento e Jornalismo de Infotimento e as relações (in) existentes entre eles no meio Televisivo**. Brasília; UNICEUB e FATECS, 2014.
- DEJAVITE, F. A. **INFOtenimento: Informação + Entretenimento no Jornalismo**. São Paulo: Paulinas; 2006.
- DEJAVITE, F. A. **A Notícia Light e o Jornalismo de Infotimento**, XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo; 2007.
- FARAGO, C. Cilene e FOFONCA, Eduardo. **A análise de conteúdo segundo Bardin: do rigor metodológico à descoberta de um caminho de significações**. Letras. Disponível em:

<http://www.letras.ufscar.br/linguasagem/edicao18/artigos/007.pdf> acesso em 26 mar. 2018.

HORA UM DA NOTÍCIA. São Paulo: Rede Globo de Televisão. Programa de TV / Telejornal.

REZENDE, G.J. **60 anos de jornalismo na TV brasileira**: percalços e conquistas. In: VIZEU, Alfredo. PORCELLO, Flávio e COUTINHO, Iluska.. **60 anos de Telejornalismo no Brasil**: História, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.

REZENDE, G.J. **Gêneros no Telejornalismo**. In: MARQUES DE MELO, José e ASSIS DE, Francisco. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2013.

LUHMANN, Niklas. **A Realidade dos Meios de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

LENE, Hérica. **Objetividade e subjetividade na seleção e classificação**; 2008. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/objetividade-e-subjetividade-na-selecao-e-classificacao/> Acesso em: 02 nov. 2011.

LOBO, Tiago. **Sobre o papel social do Jornalismo** In: Observatório da Imprensa, 2013. Disponível em: [http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/\\_ed743\\_sobre\\_o\\_papel\\_social\\_do\\_jornalismo/](http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/_ed743_sobre_o_papel_social_do_jornalismo/) Acesso em: 03 nov. 2017.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a Comunicação**: Contatos Apreciados com a Nova Teoria. São Paulo, Paulus, 2008.

MEMÓRIA GLOBO, **Hora Um da Notícia**. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/hora-um-da-noticia/hora-um-da-noticia-formato.htm> Acesso em 12 Maio de 2018 às 04:47.

MENDES, Germana P. de Carvalho. **A polêmica combinação de Jornalismo com Entretenimento**. In: Observatória da Imprensa: 2015. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/a-polemica-combinacao-de-jornalismo-com-entretenimento/> Acesso em 12 Maio de 2018 às 04:22.

NOVAES MELLO, Jaciara. **Telejornalismo no Brasil**; 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf> e em: [http://artigos.netsaber.com.br/resumo\\_artigo\\_18720/artigo\\_sobre\\_telejornalismo\\_no\\_brasil](http://artigos.netsaber.com.br/resumo_artigo_18720/artigo_sobre_telejornalismo_no_brasil) Acesso em: 04 nov. 2017.

PATERNOSTRO, I. **O texto na TV**. São Paulo: Campus, 2006.

RAMONET, Ignácio. **A Tirania da Comunicação**: Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

SOUZA, José Carlos Aronchi De. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**: São Paulo: Summus, 2004.

SILVA, Gislene. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol,II Nº 1, Santa Catarina, EJM; 2005.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**: Porque as notícias são como São. 2 ed. Santa Catarina: Insular, 2005.

TRESCA, Laura Conde. **Gênero Informativo**. In: MARQUES DE MELO, José e ASSIS DE, Francisco. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2013.

TEMER, A.C.R.P. **Reflexões sobre a tipologia do material jornalístico**: o jornalismo e as notícias. **Intercom**: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 30, n. 1, jan./jun. 2007.

VIZEU, Alfredo. **Telejornalismo, audiência e ética**; 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf> acesso em 02/11/2017 às 03:54.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 4ª edição, Portugal: Editorial Presença; 1995.

WINCH, Samuel. **Mapping the cultural space of journalism**. How journalists distinguish news from entertainment. Westport, Connecticut, Praeger, 1997.

APÊNDICE A – PRÉ-PROJETO  
**UNIVERSIDADE TIRADENTES**

EMANUEL OLIVEIRA PEREIRA

**O INFOTENIMENTO COMO RECURSO PARA A  
CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA DENTRO DO HORA  
UM**

**Aracaju - SE**

**2017**

EMANUEL OLIVEIRA PEREIRA

O INFOTENIMENTO COMO RECURSO PARA A  
CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA DENTRO DO HORA  
UM

Pré-Projeto de Pesquisa apresentado à  
Universidade Tiradentes como um dos pré-  
requisitos para a obtenção do grau de  
Bacharel em Comunicação Social com  
Habilitação em Jornalismo.

ORIENTADOR

Profa. Dra. Jaqueline Neves Moreira

Aracaju - SE

2017

## SUMÁRIO

<b>1. TEMA .....</b>	<b>04</b>
1.1. Delimitação do Tema .....	04
1.2. Problema.....	04
<b>2. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>05</b>
<b>3. OBJETIVOS DA PESQUISA</b>	
3.1. Objetivo Geral .....	08
3.2. Objetivos Específicos .....	08
<b>4. QUESTÕES NORTEADORAS.....</b>	<b>09</b>
<b>5. ESTADO DA ARTE (FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA)</b>	
5.0 Telejornalismo no Brasil.....	10
5.1 Critérios de Noticiabilidade.....	13
5.2 Gêneros Jornalísticos.....	16
5.2.1 Gênero Informativo.....	16
5.2.2 Gênero Opinativo.....	18
5.2.3 Gênero Utilitário.....	18
5.2.4 Gênero Diversional.....	19
5.3 Jornalismo de INFOtenimento: Informação + Entretenimento.....	20
<b>6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>24</b>
<b>7. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DA PESQUISA .....</b>	<b>24</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>26</b>

Tema:

## TELEJORNALISMO

### **1.1 Delimitação do tema**

Análise do infotainment como recurso para a construção da notícia dentro do Hora Um, telejornal da Rede Globo. No período de edições alternadas totalizando cinco programas, dois do ano de 2018 e três do ano de 2017 por ser um ano de muitas variações e de datas que representam expressividade para o Hora Um, como seu aniversário de três anos.

### **1.2 Problema**

Até que ponto o infotainment pode mudar a apresentação e narrativa de conteúdo dentro de um telejornal?

## 2. INTRODUÇÃO

Era 1950, há cerca de 67 anos chegava um equipamento no Brasil que trazia movimento, vida e que a partir dali prometia mudar a rotina dos Brasileiros. Fundada por Assis Chateaubriand, a primeira TV do Brasil era de origem norte americana, de lá para cá ganhou força e se tornou cada vez mais presente na sociedade. Para se ter uma ideia, no ano de 2011, cerca de 96,6% da população possuía mais aparelhos de televisão do que uma geladeira para armazenar os mantimentos, foi o que disse uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística o IBGE.

Imagens do Dia, esse foi o primeiro telejornal exibido no Brasil, um dia depois da fundação da TV Tupi, a primeira TV. Com o passar do tempo, o telejornalismo foi se reinventando, adquirindo novos formatos e aderindo ainda mais as participações dos telespectadores.

Segundo Dejavite (2006) , o jornalismo de entretenimento ou INFOtenimento como é conhecido nasceu em meados de 1980, mas só veio ganhar mais espaço com as mudanças gradativas nas redações, adaptações em linhas editoriais e formato dos jornais. Em sua obra: INFOtenimento, Informação + Entretenimento no Jornalismo, publicada no ano de 2006, Dejavite afirma que a necessidade de entreter o telespectador através de uma informação ou conteúdo dentro do jornalismo se resume na criação dessa nova especialidade jornalística. Ainda segundo a autora, o gênero se faz cada vez mais presente nas formas de praticar o jornalismo com a constante interação do público.

Em 2009, a Rede Globo Nordeste apostou num novo formato para um de seus telejornais, o NETV. As mudanças não aconteceram apenas no cenário como também na linguagem, narrativa e recursos para a construção do jornal. Nesse momento, a televisão não seria apenas um acessório, que serviria para decorar, assistir a filmes e programas de auditório mas passaria a ser uma companheira das pessoas, através da utilidade pública com informação em tempo real e com puro realismo proporcionado pelos factuais e instantaneidade assim também como foi o rádio por muitos anos.

A formalidade dos apresentadores não mais satisfaziam o telespectador consumidor da notícia contemporâneo, que necessitava se informar e entreter ao mesmo tempo conforme aponta Dejavite (2006). Aquele tradicional Boa tarde na

despedida ou abertura do telejornal pode servir como exemplo, de que o telespectador já não mais se contentava com apenas o noticiário e já não bastava para o público pelo fato de querer uma coisa mais leve e dinâmica que se adequava com perfeição a utilidade pública, as notícias do dia como prestação de serviço e com a correria diária. A partir dessa carga de atividades consideráveis o telespectador criaria um laço afetivo com o telejornal, com a figura dos apresentadores mudando assim a narrativa, construção das reportagens e apresentação do telejornal.

A necessidade de assistir algo e se entreter era tanta, que essa vontade já não era mais colocada em segundo plano dentro do jornalismo como afirma Dejavite (2006), e passa a se apresentar como um dos valores principais da sociedade da informação, com objetivo de trazer um “respiro” entre as notícias mais pesadas ou proporcionar uma sensação de bem-estar e leveza em notícias que não tenham um grande impacto. Sendo que a presença do INFOtenimento possa ser implícita ou explícita.

Neste trabalho procuro analisar como essa especialidade de jornalismo se aplica ao Hora Um da Notícia, telejornal da TV Globo. As formas de como são conduzidas as reportagens, infográficos, participações dos quadros e principalmente a apresentação. Segundo Fabia Angélica Dejavite (2006), o INFOtenimento está tão presente neste processo que serve de sensação de prazer e de diversão para as pessoas. Seja para a promoção de uma ruptura com a vida real, ou por um simples fato vivenciado na rotina, promovendo assim um crescimento intelectual e aproximando ainda mais o telespectador daquele telejornal.

A ideia da análise de INFOtenimento dentro Hora Um se aplica na maneira em como são conduzidos os conteúdos, a linguagem narrativa e elementos do telejornal como a apresentação, reportagens, comentários e quadros como a previsão do tempo. De maneira que os assuntos tratados, são abordados de acordo com a necessidade das notícias e demanda dos telespectadores. A TV Globo, realiza constantes pesquisas para saber a opinião e medir a participação do público na avaliação de reportagens, do que está sendo exibido e do que o público gostaria que fosse ao ar. Com base nessas pesquisas, são desenvolvidos, aprimorados e testados novas formas de fazer jornalismo e atrair o público com assuntos mais leves e que têm relevância.

A importância de trabalhar esse tema se define na rotina das pessoas, em como a necessidade de se entreter através da televisão dentro de um telejornal fazem a diferença para o telespectador, segundo temática proposta por Dejavite (2006). O quanto uma reportagem que fala de um assunto simples pode estar tão próxima a alguém que assiste ao telejornal quanto utilidade pública, condução da linguagem, o quanto o Bom Dia, um comentário e a forma de como ele é abordado fazem a diferença através de estratégias, estudos das emissoras e pesquisas baseadas no comportamento e na elaboração da informação.

Segundo Dejavite (2006), a solicitação feita pelo receptor ou seja o consumidor da informação é encontrar uma matéria que lhe satisfaça através de suas necessidades, demandas e interesses como também o distraia e permita viver o fato, seja através de situações cotidianas ou formas de expressão através de gestos que lhe remetam a momentos já vividos ou que façam parte constante do processo da criação de uma identidade cultural.

Ainda sobre a ótica de Dejavite (2006), podemos perceber que a população recebe uma sobrecarga de informações pesadas, conteúdos sangrentos, situações políticas indesejadas, conflitos de guerra pelo mundo à fora, claro que essas informações são de cunho público, que tem um grande teor de relevância. Mas no meio de tanto caos, é plausível que se tenha algo capaz de seduzir o telespectador, seja através da linguagem, tema ou característica, coisa que poucos conseguem alcançar.

Em sua obra: O texto na TV, Manual de Telejornalismo publicado no ano de 2006, Vera Íris Paternostro diz que o receptor deve pegar a informação de uma só vez. Quando se refere a isso, ela quer dizer que a linguagem do telejornalismo deve ser clara, objetiva e seduzir o telespectador. Afinal de contas, nem sempre é possível voltar a informação passada, ela é dita apenas uma vez.

Como forma de metodologia, trabalhamos com a análise das edições do Hora Um da Notícia que são compartilhadas na página do telejornal na internet, bem como as suas exibições na íntegra. Vale ressaltar, que os conteúdos analisados foram de edições alternadas, que totalizam cinco programas, sendo dois do ano de 2018 e três do ano de 2017 por ser um ano tão expressivo para o Hora Um, em que campanhas foram lançadas como o dia das mães, o aniversário de três anos em dezembro.

Por ser uma temática ainda não tanto abordada por autores no país, ainda temos poucos autores que trabalham com isso. Mas, utilizaremos autores como Dejavite (2006) que trata a temática do INFOtenimento, Paternostro (2006) que discorre as formas de escrever o texto televisivo, outros autores também serão definidos ao longo da estrutura deste trabalho e artigos brasileiros e Portugueses: Análise dos Conceitos de Jornalismo Tradicional, Entretenimento e Jornalismo de INFOtenimento e as relações (in)existentes entre eles no meio Televisivo no ano de 2014, por Ana Paula Vêras de Carvalho, Infoentretenimento nos Programas Televisivos: O caso das estações televisivas portuguesas no ano de 2013, por Daniela Filipa Ribeiro Alves, A Notícia *Light* e o Jornalismo de INFOtenimento ano de 2007, por Fabia Angélica Dejavite.

### **3. OBJETIVOS DA PESQUISA**

#### **3.1 Objetivo Geral**

Analisar como o infotainment se aplica e caracteriza ao Hora Um da Notícia, telejornal da TV Globo. As formas de como são conduzidas as reportagens, infográficos, participações dos quadros e principalmente a apresentação.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Identificar de que maneira a apresentação do telejornal se distancia do antigo padrão forma de apresentação
- ✓ Analisar as formas de narrativa e apresentação do telejornal de acordo com assuntos das reportagens
- ✓ Descrever a construção do telejornal a partir de sua linguagem associada ao infotainment

#### **4 . QUESTÕES NORTEADORAS**

- ✓ Até que ponto é perceptível a presença do Infotemenimento dentro da construção das reportagens?
- ✓ De que maneira o Infotemenimento interfere na apresentação do telejornal?

## 5.0 O TELEJORNALISMO NO BRASIL

O telejornalismo no Brasil surgiu com a chegada da televisão, desde 1950 e vêm crescendo de forma gradativa de acordo com o oferecimento de conteúdo a sociedade. É interessante estabelecer uma relação entre o telejornalismo no Brasil e suas funções para mais a frente entendermos, como a sua aplicabilidade funciona dentro da produção das informações.

A realidade começava a ser transmitida através do primeiro telejornal exibido naquela época. O *Imagens do Dia*, chamava atenção pela instantaneidade e por ser ao vivo, todo o material que ali chegava era exibido de forma bruta. Pela dificuldade da época, a edição era pouco utilizada e também por conta do tempo que era curto para deixar pronto para ir ao ar. Com o passar do tempo, o telejornalismo foi tomando novas formas e acompanhando as demais mídias, se moldando de acordo com o gosto do brasileiro criando ainda mais credibilidade.

Para Ramonet (1999) a televisão assumiu não apenas o primeiro lugar em mídia e diversão, mas também assumiria o primeiro lugar em informação. A relação, antes larga passa a se estreitar cada vez mais com o público consumidor de jornalismo através das informações que são construídas de acordo com o gosto daquele determinado grupo alvo, gênero ou classe social.

Segundo Marcondes Filho (2008), a relação com o processo comunicacional vai de acordo com a vontade de cada um. A sede de querer saber vai de acordo com a área, a informação buscada e a necessidade de obter tal conhecimento sobre o que se quer. Esse processo está interligado com o consumo de informações construídas para suprir a necessidade da sociedade da informação, de acordo com o repertório cultural, meio em que se vive e comportamentos.

Não só a televisão como as outras maneiras de se fazer jornalismo, tem funções e espaços previamente estudados e marcados de acordo com as relações pré estabelecidas nas grandes redações. Segundo o artigo *Telejornalismo, audiência e ética* de Alfredo Vizeu (2002), a maior preocupação das editorias está relacionada com o entendimento dos conteúdos que de forma direta impacta na audiência.

O exemplo ilustra bem que na rotina dos jornalistas, na hora de decidir o que é noticiável ou não, o que vai para o ar ou não, a preocupação com a audiência está presente de uma forma implícita. O profissional, de uma maneira ou de outra, está sempre preocupado com o que o público, um público presumido, espera de uma notícia. (VIZEU, 2002, p. 1)

Todas as reportagens construídas passam por um processo para ir ao ar, necessitando de editores de imagens, texto, redatores e editor-chefe para finalizar o produto. Segundo Paternostro (apud White 2006), a escrita para televisão significa escrever para os ouvidos, porque o texto escrito é unicamente para ser falado. Através desse texto, a realidade é reproduzida pelos acontecimentos diários, serviços de utilidade pública, política, notícias policiais.

Vizeu (2002) defende que o jornalismo não é apenas uma das formas de construir a realidade, mas sim de alguma forma serve para a contribuição e construção social da realidade.

O jornalismo não é uma simples reprodução da realidade. Diariamente, no exercício da sua atividade, os jornalistas contribuem para a construção social da realidade. Sua postura ética é de fundamental importância para a manutenção e o aperfeiçoamento da sociedade democrática. (VIZEU, 2002, p. 5)

O telejornalismo se torna cada vez mais forte, pois o processo de construção de notícia passa a ganhar mais credibilidade através dos processos utilizados para recolher as informações. Diferente do rádio, a televisão traz os recursos visuais e mostram através das imagens escolhidas o momento do estopim, ou seja o momento mais quente do fato onde o telespectador dá mais atenção ao que está sendo mostrado. Como duvidar? Se realmente a imagem mostra, o recurso visual aumenta esse vislumbre e dá mais força ao fato, afinal de contas é ver para crer.

Se a televisão assim se impôs, foi não só porque ela apresenta um espetáculo, mas também porque ela se tornou um meio de informação mais rápido do que os outros, tecnologicamente apta, desde o fim dos anos 80. (RAMONET, 1999, p. 26-27)

Assim que o telespectador liga a televisão ele busca atender as suas necessidades, interagir de uma forma mais assertiva e procura novidades próximas. É, quanto mais o tempo passa as tecnologias vão avançando e as emissoras de TV não podem ficar para trás. Com a intenção de acompanhar as redes sociais, as emissoras de televisão estão apostando em novos aplicativos, participações mais intensas do telespectador e a colaboração com um maior grau de presença. “ Com este tipo de auto-observação, a sociedade estimula-se a si à constante inovação.” (LUHMANN, 2005, p. 132)

Até aqui, fala-se da importância do telejornalismo para o Brasil e como ele vem se desenvolvendo. Agora, vamos partir para o outro lado da moeda. O processo da produção da notícia, o jornalista tem papel fundamental nas funções que são delimitadas. Para se ter uma noção, na televisão por exemplo, o jornalista pode exercer vários cargos como editor, redator, produtor, diretor de jornalismo, chefe de redação, chefe de reportagem, repórter entre vários outros.

Depois de alguns, dos muitos cargos que podem ser exercidos citados no parágrafo anterior, podemos entender a importância do jornalista para o processo da construção da informação. A vida cotidiana, junto com a rapidez do mundo jornalístico fazem com que o repórter especificamente faça jus a sua função, ser o canal entre a notícia e o público. Segundo texto publicado no site do Observatório da Imprensa por Tiago Lobo, no ano de 2013, o ato de informar é caracterizado pela transmissão de dados técnicos sobre determinado assunto. Ainda segundo Lobo, por conta da grande saturação de informação, fica sobre sua incumbência a interpretação bem como a atribuição de sentido e precisão para a produção de um bem intelectual, dando a possibilidade do leitor ou telespectador interpretar e fazer possíveis reflexões sobre o assunto tratado.

Para produzir conteúdos com qualidade, o telejornalista precisa estar atento as fontes, ao encaminhamento que quer dar e as possibilidades que tem para a matéria. De acordo com Vizeu (2002), é necessário ter competência para construir, moldar e transmitir a informação “Na elaboração do seu texto, o jornalista vai utilizar procedimentos de seleção e combinação, mediante unidades que articuladas, vão se transformar em mensagens, ou de um modo mais abrangente, em discursos sociais.” (VIZEU, 2002, p. 4).

A notícia serve para suprir as necessidades da sociedade através dos acontecimentos que tenham grande relevância a partir dos critérios de noticiabilidade, factuais e outros assuntos que precisam ser mostrados para a sociedade, bem como utilidade pública e prestação de serviço. Além de fazer a preparação dos conteúdos, o jornalista precisa elencar as prioridades que chegam por meio dos aplicativos de colaboração. Segundo Paternostro “ A sensibilidade aliada ao bom senso, que todo jornalista deve ter, vai indicar como e quando esses recursos precisam ser usados.” (PATERNOSTRO, 2006, p. 89).

Com a utilização dessas ferramentas, o público se aproxima cada vez mais do processo de fabricação da notícia com a participação direta, sempre contribuindo, mostrando e sugerindo o que quer ver no ar.

A ideia de Vizeu (2002) amarra esse conceito de fazer jornalismo. Para ele o telejornal tem papel democrático na sociedade.

O noticiário televisivo se converteu em um lugar onde se pratica, de uma forma simulada, o exercício democrático das grandes questões sociais. É a “Praça Pública” que converte o exercício da publicização dos fatos como possibilidade da prática da democracia. (VIZEU, 2002, p.2)

Com todo esse processo para a produção da informação, as emissoras de televisão mantêm os padrões de apresentação conforme acham necessários. Sabemos que todo canal de tevê tem o seu público, tudo isso de acordo com os horários e programação. Para manter um telejornal no ar, o padrão de apresentação e formato do telejornal vai se adequando aos gostos do público daquele programa e novas mudanças são feitas para conquistar um maior número de pessoas. Em seu artigo Telejornalismo no Brasil, publicado no ano de 2009, Jaciara Novaes Mello exemplifica o quanto a figura do apresentador faz a diferença na audiência e aceitação do público.

Para manter a audiência do Jornal Nacional que antecedia o horário da novela das “oito”, a Globo escolhia um apresentador de boa voz e com aparência de galã, para captar a atenção das mulheres que representavam a maioria dos telespectadores. Era manter o público feminino fiel durante e depois do JN. Para tanto, a emissora contratou o experiente Cid Moreira, que, havia destacado o seu potencial na apresentação do ‘Jornal Vanguarda’. Ele permaneceu à frente do JN por mais de 15 anos. (MELLO, 2009, p. 6).

Com o passar dos anos, esse gosto foi se moldando de acordo com a evolução das tecnologias e da sociedade. Mas, itens como a credibilidade, seriedade e comprometimento precisavam se manter para continuar dando força ao fato afinal de contas, a forma com que aquilo é passado é caracterizado por um conjunto, pelo ritmo, linguagem corporal e a voz. Para Marcondes Filho (2008, p. 63) “A voz é aquilo que instala-se por um período mais longo e mais profundamente em nós.”

Para Vizeu (2002), a notícia na televisão se apoia na narrativa falada. Isso quer dizer que todo o conjunto é imprescindível para a construção do telejornal, mas

a narrativa merece maior atenção pelo fato de despertar o interesse no público através da abordagem dos assuntos pelas informações que vão ao ar.

### **5.1 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE**

Para montar um jornal, seja impresso, rádio, portal de notícias ou telejornal. O esquema é quase sempre o mesmo, tudo vai de acordo com a linha editorial do veículo, que são as diretrizes pré estabelecidas pelo diretor de jornalismo, diretor de TV e o manual de redação como um todo, tanto quanto o interesse no assunto e a importância dele para ganhar os holofotes.

Para adquirir esse espaço, a informação precisa ser previamente selecionada pelos jornalistas que vão publicar os determinados assuntos. Em meio a todo esse processo, há um grau de relevância e diferentes formas de medir se a notícia tem interesse público, qual o grupo de pessoas vai atingir, porque vai atingir e a maneira como vai atingir. Traquina (2005) explica, que essa escolha funciona como uma espécie de espelho, mas como assim? Um espelho? Sim, um espelho. Espelho esse que reflete os fatos nus e crus, trazendo a tona o que seria o momento da esfera social de acordo com a realidade retratada e passada pela imprensa.

Mas, não basta apenas ter o espelho, se o jornalismo retrata a realidade como um reflexo de espelho como medir o que precisa ser refletido ou não? O que merece maior destaque? Diferente do impresso, onde as matérias tem espaço mais elaborado, com maior número de desdobramentos e informações complementares. Diferente também do rádio, onde o tempo é muito maior para se contar uma história e dos grandes portais de notícias, em que a reportagem fica lá exposta por tempo indeterminado. A televisão tem o menor tempo para seus telejornais, conseqüentemente deve resumir ao máximo os assuntos, mas sem perder o conteúdo e o foco que precisam ter. Colocar um elefante em uma casinha de cachorro essa é a missão que todo dia os editores tem, pois são sempre bombardeados com assuntos com grande teor de noticiabilidade.

Até agora falamos da importância da notícia, os desafios de publicar e entendemos o papel do jornalista nas grandes redações. Agora, para entender todo esse processo de elaboração, precisamos entender os critérios de noticiabilidade e como eles são executados nas emissoras de TV. Segundo Wolf (1995) “noticiabilidade é um conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo

controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, dentre os quais há que selecionar a notícia” (WOLF, 1995, p. 175).

Para que o fato se torne notícia, o valor-notícia precisa ser rigorosamente executado, o valor-notícia consiste na escolha do fato para que ele se torne notícia. Por exemplo, Um carro desgovernado atropela duas pessoas, uma delas se tornou em vítima fatal. Já, o carro que o presidente do Brasil estava perdeu o controle, fez duas vítimas fatais. Claro que a informação mais quente seria a do presidente, então o valor-notícia serve para fazer essa seleção de acordo com os critérios de noticiabilidade que são muitos por sinal.

A necessidade de se pensar sobre critérios de noticiabilidade surge diante da constatação prática de que não há espaço nos veículos informativos para a publicação ou veiculação da infinidade de acontecimentos que ocorrem no dia-a-dia. Frente a volume tão grande de matéria prima, é preciso estratificar para escolher qual acontecimento é mais merecedor de adquirir existência pública como notícia. (SILVA, 2005, p. 97).

Wolf (1995), explica que para tomar essas decisões é necessário exercer uma lista de prioridades com o grau de importância e interesse. O Blog Introdução ao Jornalismo, por acadêmicos do segundo semestre do curso de jornalismo IBES, listou as prioridades da importância de acordo com o pensamento de Wolf. Número um: nível hierárquico dos envolvidos no acontecimento noticiável, número dois: Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional, número três: Quantidade de pessoas (de fato ou potencialmente) envolvidas no fato, número quatro: Relevância e significatividade do acontecimento quanto à sua evolução futura. todo dia noticiar os factuais realidade é retratada.

Atualmente, os veículos de comunicação tem políticas editoriais e manuais de redação diferentes. Por esse motivo, os interesses são diferentes bem como as necessidades de cada emissora. Wolf (1995), afirma que esse interesse “está estreitamente ligado às imagens que os jornalistas têm do público e também ao valor notícia” (WOLF, 1995, p. 184).

Ainda para entender como funciona o processo de noticiabilidade, precisamos compreender como o jornalista filtra tantas informações para levar a sociedade. Com os critérios estabelecidos o profissional serve de peneira para decidir o tamanho da reportagem, quais os minutos e segundos disponibilizados e de que maneira será abordado aquele tema de acordo com o seu grau de relevância. Para facilitar ainda mais o nosso entendimento, Traquina (2005), afirma que os jornalistas servem como

portões para as notícias passarem. Ou seja, esses portões variam de função para função e do grau de relevância do fato.

Na teoria, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. Se a decisão for positiva, a notícia acaba por passar pelo “portão”; se não for, a sua progressão é impedida, o que na prática significa a sua “morte” porque significa que a notícia não será publicada, pelo menos nesse órgão de informação. (TRAQUINA, 2005, p. 150).

Para Silva (2005), a noticiabilidade representa todo e qualquer fator que seja capaz de agir diretamente no processo de produção da notícia.

[...]todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais. (SILVA, 2005, p. 96).

Diante de todos esses fatores, entendemos também que o jornalista deve se comprometer somente com a informação, com o interesse público e com a construção da notícia através do fato.

## 5.2 GÊNEROS JORNALÍSTICOS

O jornalismo é dividido em várias áreas impresso, *web*, rádio e televisão. Já dissemos aqui que os conteúdos serão direcionados sempre a determinados grupos, classes sociais, gostos e repertório cultural. Os gêneros jornalísticos servem para isso, para definir e identificar a narrativa de todas as áreas do jornalismo como cultura, esporte, entretenimento, política e assuntos policiais. Além dessa definição, os gêneros jornalísticos são divididos conforme a escolha dos assuntos e para onde vão. Segundo Marques de Melo e Assis (2013), “[...] O jornalismo preserva nítida ancoragem nacional, configurando naturalmente os gêneros jornalísticos de acordo com as respectivas peculiaridades culturais.” (MARQUES DE MELO E ASSIS 2013 apud MARQUES DE MELO, 1985, p.131).

Para Alves in Marques de Melo e Assis (2013), os gêneros jornalísticos são definidos em: “ Informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário.” (apud MARQUES DE MELO, 1985). Ainda de acordo com esse pensamento, podemos

entender as demandas como separadas, que significam a satisfação exclusiva do público daquele determinado gênero. Para superar essa expectativa, as técnicas, formas de escrita e disseminação de ideias são feitas de maneira singular para cada gênero. Isso ocorre, pelo fato do entendimento da sociedade consumista.

### 5.2.1 GÊNERO INFORMATIVO

Em critérios de noticiabilidade, tratamos da relação com a teoria do espelho, que propõe retratar a realidade. Pois bem, no gênero informativo temos algo parecido e que faz apologia a esse espelho, que seria retratar a realidade. De acordo com Marques de Melo e Assis (2013, p.48), “[...] o jornalismo chamado informativo se pautaria tecnicamente na reprodução do real.” Com essa afirmação do autor, entendemos que o jornalismo informativo tem obrigação de trazer os principais fatos do dia, de acordo com o grau de relevância e publicabilidade.

O gênero informativo é o mais comum nas redações, o ato de informar consiste:

da articulação que existe, do ponto de vista processual, entre os acontecimentos reais que eclodem na realidade e sua expressão jornalística por meio do relato que visa informar o receptor do “que se passa” nessa realidade. (MARQUES DE MELO, 2003, p. 63-65).

As narrativas escolhidas para descrever esse gênero são sempre voltadas a imparcialidade, bem como o mínimo de envolvimento possível para com o assunto. Marques de Melo e Assis (2013) exemplifica o gênero informativo segundo Marques de Melo (2006), e para o autor o gênero informativo é constituído por nota, notícia, reportagem e entrevista. Para facilitar o nosso entendimento do modelo proposto, o autor define.

Nota: Relato de acontecimento que está em processo de configuração. Nem todos os elementos da notícia (AÇÃO – AGENTE – TEMPO – LUGAR – MODO – MOTIVO) são conhecidos. Trata-se de um “furo”: antecipação de um fato que pode gerar notícia. Nutre-se dos boletins informativos difundidos pelas fontes. É mais frequente no rádio, na televisão e na internet. Notícia: Relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. Contém necessariamente respostas às perguntas de Quintiliano (QUE + QUEM + QUANDO + COMO + ONDE + POR QUE), transformadas em fórmula jornalística (3Q + CO + PQ). Narrado em de “pirâmide invertida”, compõe-se de duas partes: “cabeça” (lead) e “corpo” (body). Privilegia o “clímax” (sensação) evitando a “cronologia” (nariz de cera). Reportagem: Relato ampliado de acontecimento que produziu impacto no organismo social (desdobramentos, antecedentes ou ingredientes noticiosos). Trata-se de aprofundamento dos fatos de maior interesse público que exigem descrições do repórter sobre o “modo” o “lugar” e “tempo”, além da

captação das “versões” dos “agentes” . De autoria originalmente individual, esse formato converteu-se em trabalho de equipe. Entrevista: Relato que privilegia a versão de um ou mais protagonistas dos acontecimentos. Não se confunde com a técnica de “apuração” dos fatos. Configura uma espécie de relato de alteridade, dando “voz” aos “agentes” da cena jornalística. O repórter assume a função de “mediador”, assumindo empaticamente o papel de “intérprete” do receptor. (MARQUES DE MELO, 2013, p.55).

Paternostro (2006, p. 174-177) exemplifica os tipos de nota utilizadas no telejornal. Segundo a autora, o telejornal possui nota ao vivo, que é aquela nota que o apresentador lê sem nenhum tipo de imagem cobrindo ou recurso infográfico, alguns chamam de nota pelada. Nota coberta, quando o apresentador lê o texto e chama a nota que entra em off, ou seja gravada com imagens que é mais usada em assuntos pouco mais relevantes e que precisam das imagens pra marcar o fato. Nota pé, entende-se dessa forma pelo complemento da informação, quando entra a matéria e no final volta para o apresentador, seja para fazer uma correção ou dar o direito de resposta de algum órgão sobre a reportagem exibida, se for de caráter denunciativo.

Como dissemos aqui, segundo Marques de Melo (1985), os gêneros jornalísticos são divididos em informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário. Neste trabalho, iremos apenas utilizar os gêneros informativo, diversional e utilitário pelo fato de serem os que mais estão presentes dentro do nosso objeto, que é o Hora Um da Notícia, telejornal matinal da TV Globo que vai ao ar de segunda à sexta, cinco da manhã.

### **5.2.2 GÊNERO OPINATIVO**

O jornalismo de cunho opinativo, se resume na facilidade de identificar facilmente a posição daquele veículo de comunicação sobre determinado assunto. Para se ter uma ideia, os jornais impressos de apoderam com grande força desse gênero, através de charges, editoriais e artigos geralmente voltados aos cadernos de política. Segundo Marques de Melo e Assis (2013, p. 56), “[.] os gêneros habitualmente relacionados à categoria opinativa são claramente identificáveis e se encontram legitimados.” Nessa identificação, podemos notar que o gênero opinativo consiste de forma implícita ou não na opinião direta ou indireta sobre o fato, seja na maneira de levar o leitor/telespectador a acreditar naquilo, na forma de indução ou fazendo com que o mesmo venha a refletir sobre o assunto, de acordo com o que o

conteúdo apresentado no material o leve ao caminho daquilo que o jornalista ou veículo acredite.

Assim como no gênero informativo, Alves in Marques de Melo e Assis (2013) traz os exemplos de Melo (2006 a), de gêneros opinativos. Que são: Editorial, Comentário, Artigo, Resenha, Coluna, Crônica, Caricatura e Carta. Diante de tantos exemplos citados, percebemos que a maioria são usados em jornais impressos com algumas exceções em telejornais, o comentário, a coluna e a crônica são os mais vistos na televisão, sendo que não tão marcantes com teor opinativo, mas com uma mesclagem de informação. O Jornal Hoje, da TV Globo tem as crônicas em *Nova York*, onde mostra as histórias que movem aquela cidade através da visão dos que lá vivem. Já o Jornal da Globo tem a coluna de Nelson Mota, Carlos Sadenberg e os comentários durante a apresentação de William Waack.

### **5.2.3 GÊNERO UTILITÁRIO**

Diferente dos outros gêneros jornalísticos o jornalismo utilitário se resume na prestação de serviço para a comunidade. Segundo Marques de Melo e Assis (2013, p.69) apud Fonseca, o lançamento de novos cadernos e formas de fazer jornalismo bem como a necessidade de entreter e mostrar o que está acontecendo de uma outra forma que afeta diretamente a rotina das pessoas equivale a um jornalismo que presta serviço.

Nas manifestações de 2013, o RJTV 1ª edição da TV Globo Rio, fez uma cobertura Ao Vivo e específica sobre a situação das grandes vias da capital carioca com o Globocop, tudo isso com o objetivo de mostrar para o motorista que já estava em circulação, como também aos que iam sair de casa e precisavam evitar os pontos de concentração para não complicar o trânsito mais ainda. Então, esse tipo de informação bem como a previsão do tempo, insegurança, falta de prestação de serviços do poder público se encaixam no gênero utilitário. Esse tipo de jornalismo é: “uma consequência natural do jornalismo enquanto responsabilidade social, uma vez que oferece opções, propostas, soluções e variados tipos de informações úteis para se enfrentar a vida cotidiana.” (MARQUES DE MELO e ASSIS 2013, p.71).

Marques de Melo e Assis 2010 concorda com Temer (2001, p. 135), pois diz que as informações produzidas pelos telejornais aqui no Brasil apresentam conteúdos e fatores que ajudam o telespectador pois “são matérias que se baseiam em dados objetivos que indicam tendências ou resultados de natureza diversa, de

utilidade para o telespectador em eventuais tomadas de decisões.” (REZENDE, 1998, p. 169).

#### **5.2.4 GÊNERO DIVERSIONAL**

O jornalismo é cercado de fatos pesados, todo dia vemos homicídios, violência, escândalos envolvendo a política, lavagem de dinheiro com as corrupções. Para diminuir essa carga pesada de acontecimentos nos noticiários, o gênero diversional propõe um tipo de entretenimento diferente do INFOtenimento. Esse entretenimento é uma forma de fazer o público consumista de informação respirar e se divertir em meio aos calorosos assuntos. Segundo Ana Carolina Rocha Pessoa Temer (2007) apud Marques de Melo e Assis (2010) nem tudo que um jornal publica é notícia. A partir daí podemos exemplificar os cadernos de famosos, as colunas de curiosidades e afins bem como as características desse gênero que através de sua narrativa é possível de identificar facilmente entre os demais.

O novo jornalismo ou jornalismo diversional, segundo Marques de Melo e Assis (2013), acredita que essa forma de fazer jornalismo nasceu para tirar preencher o espaço livre das pessoas que em seu tempo livre sempre procuram outras atividades que lhe proporcionem bem estar, sensações de alegria e estimulem a qualidade de vida em tempos livres.

Esse tipo de gênero jornalístico, requer uma escrita diferente. Para Paternostro (2006) as figuras de linguagem são importantes no processo de construção do texto, porém precisa ter cuidado.

As figuras de linguagem são uma faca de dois gumes para o estilo jornalístico. Ao mesmo tempo em que enriquecem o texto, podem derrubá-lo. Elas são próprias para o texto literário. Como o nome indica, a linguagem figurada surge da necessidade de dar maior expressividade ou beleza artística a um texto e de sugerir um conteúdo mais emocional, com o uso das palavras. (PATERNOSTRO, 2006, p. 184).

As narrativas adotadas por esse gênero vão de encontro as propostas por José Marques de Melo, que são os formatos de história de interesse humano e história colorida. Para Marques de Melo e Assis (2013) com referências documentadas por Dias et al (1998, p. 14) “entende-se que o primeiro deles utiliza-se de um arsenal peculiar ao universo da ficção para abordar um fato que foi notícia retomado na sua dimensão humana com a finalidade de suscitar o interesse e a atenção do público.”

De acordo com essa ótica, entendemos que no mundo jornalístico construímos uma realidade que seja seduzível ao ser humano e que através da construção da narrativa causa uma atração mais forte além do próprio interesse daquele determinado público na matéria.

### **5.3 INFOTENIMENTO: JORNALISMO DE INFOTENIMENTO**

Para chegar até aqui, foi necessário entender como funciona todo o processo de produção da notícia através da seleção dos fatos, construção da notícia, critérios para essa construção, história do telejornalismo, como a televisão age de forma direta na vida das pessoas e também entender os gêneros jornalísticos. Todo esse caminho é importante para saber o quanto o jornalismo está presente na vida das pessoas seja pelo rádio, impresso, *web* ou televisão bem como saber de que forma esse processo é importante e como ele chega na casa das pessoas.

Entender o jornalismo não é uma missão fácil, receber o produto final é simples para fazer julgamentos prévios de como aquela edição foi finalizada. Agora executar de fato, correr contra o tempo até a finalização do jornal é o que o você telespectador não acompanha de casa.

Em meio aos gêneros jornalísticos, o jornalismo de INFOtenimento se parece muito com o Jornalismo Diversional. Todas as suas ferramentas são construídas com base em semelhanças, o tópico anterior mostrou um exemplo de Marques de Melo (2010) onde afirma-se que o gênero diversional serve para ocupar o tempo livre das pessoas através de outros assuntos que não são notícia, como por exemplo a vida de artistas, a programação de shows artísticos, informações que distraiam com assuntos diferentes dos abordados em telejornais e programas de gênero informativo.

Revistas eletrônicas como o Fantástico da TV Globo e outros programas abordam o gênero diversional do jornalismo. Mas, como já havia dito o INFOtenimento se difere do gênero diversional, sendo ele constituído do gênero diversional, gênero utilitário e gênero informativo. De acordo com Dejavite (2006, p.50), podemos levar em consideração também como um prisma utilitarista, ou seja trazendo uma contribuição para o desenvolvimento do indivíduo. O telespectador não mais se contenta com aquela coisa engessada, aquela forma séria de passar as informações e conduzir o telejornal. Em meio aos estresses diários, correria e acúmulo de tarefas segundo Dejavite (2006) o consumidor de notícia deseja receber

informações e também atender sua necessidade própria com o divertimento através de alguma reportagem ou comentário do apresentador, chamamos isso de respiro em meio ao “baque” de informações pesadas como assassinatos, política, guerras.

O jornalismo de INFOtenimento, se conduz pela construção e narrativa de sua apresentação ao público como uma forma diferente de dar a notícia. Na televisão, o repórter tem a missão de fazer a sua reportagem com a construção de um roteiro Paternostro (2006, p. 77- 84) dá dicas de como se deve escrever um texto para ser falado quais os cuidados e a forma de escrita abordada que vai de acordo com o a linha editorial do telejornal, as sonoras (falas dos entrevistados) e o tempo do VT ( matéria). Esse roteiro é escrito pelo repórter, em que são escalados as falas dos entrevistados como uma forma de seleção prévia na hora da edição.

Foi necessário a explicação do parágrafo anterior para exemplificar um trecho de uma reportagem por exemplo, se tiver tratando de um assunto leve e que por sua vez de forma sutil fosse necessário proporcionar um sorriso e um momento de relaxamento será necessário utilizar a linguagem informal e coloquial para que o telespectador se sentisse ali, na matéria e observasse com a ótica simples e cada vez mais próxima da realidade dele.

Exemplo comum: OFF 4; Dona Maria concorreu ao prêmio / ela nem esperava e enquanto conversava com nossa reportagem foi surpreendida pela voz do locutor que chamou seu nome // Técnica: Sonora; Dona Maria. Crédito: Dona de Casa. Deixa: “ Trecho que ela está falando e o locutor diz que ela ficou em primeiro lugar. Agora vamos ao outro exemplo, o mais leve, onde temos a presença maior do INFOtenimento. OFF 4: Dona Maria também estava concorrendo ao prêmio, toda desacreditada tadinha // Mas enquanto conversava com nossa equipe, foi surpreendida pelo locutor que a chamou em primeiríssimo lugar / a alegria foi tanta que ela saiu correndo e quase me levou junto // Técnica: Sonora; Dona Maria. Crédito: Dona de Casa. Deixa: “ Parte que ela está dando entrevista e o locutor chama ela, ela saí correndo. Depois o depoimento já com o prêmio.”

Para construir o jornalismo de INFOtenimento de forma rápida e eficaz, é necessário dominar o jornalismo tradicional, saber fazer o básico, escrever o lead e dar as informações base da matéria para compreensão do espectador. Saber fazer o que está padronizado para depois sair do padrão é de suma importância para os jornalistas, porque para ousar em um conteúdo mais leve, mais dinâmico e numa linguagem mais solta o jornalista precisa dominar o jornalismo tradicional além do

repertório cultural. Segundo Dejavite (2006, p.50), esse tipo de informação conduz a pessoa para uma realidade nova, mais criativa que deve-se considerar como algo importante quanto a informação, ou seja criar uma relevância de valorização a informação bem como a educação e comunicação, pois propõe uma maior interação com todas as áreas.

Até aqui, mostrou-se como é possível construir o jornalismo de INFOtenimento, quais as características, locais onde está presente e como está presente. Agora, trago um exemplo do nosso objeto, o Hora Um da Notícia, telejornal da TV Globo que vai ao ar semanalmente, de Segunda à Sexta, 5 da manhã. O telejornal apresentado por Monalisa Perrone, traz reportagens de teor informativo, extremamente utilitário e de INFOtenimento bem como a sua apresentação.

Exibido em rede aberta, o telejornal da Rede Globo de Televisão foi o desafio que começou em 2014. Mas um telejornal que vai ao ar cinco da manhã, o que precisa ter? Acredito que antes de me fazer essa pergunta, os diretores, chefes de redação e núcleo de criação também fizeram e muito antes de mim. Pergunta essa que me estimulou a produzir este trabalho e aprofundar com o TCC. A resposta logo viria, um telejornal que vai ao ar cinco da manhã precisa ter prestação de serviço, informações e estímulo para quem está saindo de casa ou acordando pra ir trabalhar e enfrentar sua rotina diária. Afinal de contas, acordar e ver uma apresentadora ou apresentador sério, com sono e com a cara feia não é legal né? A Rede Globo colocou Monalisa Perrone, que procura trabalhar o carisma em cima das informações com aquele ânimo que quem tá acordando precisa. É como se mandasse uma energia positiva pra quem tá em casa.

Previsão do tempo, informações sobre linhas, metrô, engarrafamentos e outros assuntos como esses são abordados no telejornal com a predominância das capitais. O brasileiro que mora em grandes centros urbanos como São Paulo, Rio de Janeiro tem o costume de sair de casa mais cedo do que as pessoas que moram em outras regiões do país, tudo isso porque os locais são mais distantes e tem fatores que influenciam no deslocamento como o trânsito, as condições meteorológicas, funcionamento do transporte público. Tudo isso afeta diretamente na rotina da população, segundo Temer (2007) esse tipo de informação influencia de forma positiva e melhora a forma de vida das pessoas.

Depois de sabermos um pouco de como funcionado o Hora Um da Notícia, vamos agora dar um exemplo do INFOtenimento dentro do telejornal, que pelo fato

de ir ao ar cinco da manhã precisa de um estímulo maior e de uma linguagem mais leve para levar as informações com alegria (as que cabem alegria) sem perder a credibilidade.

Na previsão do tempo apresentada pela jornalista Izabella Camargo, na edição do dia 25 de abril deste ano (2017), a apresentadora titular do Hora Um, Monalisa Perrone chamou a colega para passar as informações das condições do tempo no país e para falar das baixas temperaturas. Durante todo o papo, a apresentadora interage com teor de conversa, um bate-papo informal pra mostrar ao telespectador que realmente ele está em “casa” que pode se sentir a vontade e ver que tudo aquilo que está sendo apresentado ali é pra ele e com muito empenho, credibilidade e comprometimento. Durante a previsão do tempo, Monalisa Perrone deu exemplos, falou do frio que ela estava sentindo e que dormiu com duas meias bem grossas na noite anterior, e mostrou, levantou a perna e disse uma aqui na “canela” e outro por cima e deu um sorriso. Com ar descontraído em toda a previsão, disse que não gostava de frio, que era “frienta” e foi quando Izabella citou uma cidade que registrou uma temperatura abaixo do normal e disse que se sua colega estivesse lá ela teria congelado, que seria um guarda roupa ambulante coberta dos pés a cabeça. Mais a frente, já no final da previsão do tempo Monalisa diz que a colega dedurou ela com as meias, aí agora eu que vou dedurar você e pediu o xale da colega e associou o xale como proteção pra uma grande frente fria que chegaria naquela semana no sudeste do país. Sorrindo, Monalisa pega o xale e coloca na amiga e a abraça e diz que quer a peça por ser um artigo que protege do frio é tem estilo.

A diversão deve ser tomada como algo positivo, pois ora serve como ruptura com a vida real ( por meio da evasão, da distração e do escapismo), ora como algo que promove o indivíduo, fazendo com que ele caminhe seguramente em seu processo de autoformação: informando-se, e ao mesmo tempo, divertindo-se. (DEJAVITE, 2006, p.55).

Diante dessa análise, pode-se concluir que o Hora Um da Notícia é um telejornal que realmente possui o INFOtenimento em sua narrativa e construção, sendo que várias reportagens, participações ao vivo e outros quadros no telejornal possuem essa linguagem. Dejavite (2006, p.55), afirma que em pleno século XXI é um dos valores principais da sociedade e se torna inadmissível possuir uma visão preconceituosa e restrita sobre um assunto como este.

## 6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O procedimento metodológico é de importância vitalícia para escolher as ferramentas utilizadas no desenvolver da pesquisa até a chegada final do objeto. O caminho percorrido, as formas de pesquisas, análises, apurações e maneiras diferentes de aprimorar o conteúdo a ser aplicado.

Neste trabalho, será feita uma análise de como o INFOtenimento está presente na produção e narração da notícia no telejornal Hora Um da Notícia, da TV Globo. Para tal desenvolvimento, será utilizada a análise de conteúdo segundo Bardin (2009) que é organizada em três pólos, para Bardin: “1. A pré análise; 2. A exploração do material; e, por fim, 3. O tratamento dos resultados: a inferência e a interpretação” (BARDIN, 2009, p.121).

A necessidade de fazer este trabalho, surgiu da curiosidade e da percepção do INFOtenimento dentro deste telejornal através das reportagens, da apresentação, comentários e da forma de como as informações são passadas através da narrativa do jornal e da participação de outros jornalistas seja na previsão do tempo, no esporte e em entradas ao vivo.

Na bibliografia, serão utilizados autores que discorrem sobre a linguagem telejornalística Paternostro (2006), gêneros jornalísticos Marques de Melo e Assis (2013), critérios de noticiabilidade Traquina (2002) e o jornalismo de INFOtenimento Dejavite (2006) que será primordial para a execução bem como a finalização deste trabalho bem como a utilização de artigos, blogs e sites que discorram sobre essa perspectiva do jornalismo. Ainda no trabalho, serão utilizadas as pesquisas qualitativa para analisar todo o conteúdo e a quantitativa para medir a frequência da presença do INFOtenimento dentro do telejornal e a análise de conteúdo de acordo com Bardin (2009).

Objetivou-se no trabalho, executar entrevistas por meio do e-mail ou Google Drive com a apresentadora do telejornal, editor-chefe e a autora Dejavite (2006). O contato será possível mediante as redes sociais, e-mail e possíveis conversas no Skype, uma plataforma destinada a realização de videoconferências por meio de imagem e som ao vivo. Neste questionário, serão abordados temas como a produção do telejornal, quais são as prioridades para um telejornal que vai ao ar cinco da manhã, o que deve ser feito para medir a participação do público, como é a

forma de apresentação enfim todas as possibilidades que serão preparadas com antecedência para a execução das entrevistas. As perguntas feitas serão de acordo com as áreas de cada um, com o editor-chefe falaremos sobre a seleção dos fatos, com a apresentadora falaremos sobre a linguagem de apresentação e improvisos com a presença do INFOtenimento e com a autora para saber, de acordo com a visão dela onde o INFOtenimento está presente no Hora Um.

Para finalização, os resultados das entrevistas serão analisados mediante as respostas e posicionamentos em relação a presença do INFOtenimento dentro do telejornal. Através das respostas obtidas, vídeos assistidos e análises sobre a ótica do conceito de Dejavite (2006) chegaremos ao ponto final do produto que é o quanto o INFOtenimento participa dentro do Hora Um, como participa, até que pode ele influencia na produção da notícia e quais notícias e momentos podem ser caracterizados por esse tipo de jornalismo.

## 7. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DA PESQUISA

ATIVIDADE	SEMESTRE 2018/1				
	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO
Análise e adequações pré-projeto	X				
Revisão da literatura	X	X			
Seleção das Edições		X			
Contato com os Entrevistados		X			
Execução das Entrevistas		X			
Coleta dos dados			X		
Análise dos dados			X		
Produção do TCC		X	X	X	
Apresentação a banca de qualificação					X

## REFERÊNCIAS

- ALVES, Daniela. **Infoentretenimento nos Programas Televisivos: o caso das estações televisivas portuguesas**, Portugal; Universidade da Beira Interior Artes e Letras, 2013.
- FARAGO, C. Cilene e FOFONCA, Eduardo. **A análise de conteúdo segundo Bardin: do rigor metodológico à descoberta de um caminho de significações**. Disponível em: <http://www.letras.ufscar.br/linguasagem/edicao18/artigos/007.pdf> acesso em 26/03/2018 às 01:26
- ASSIS DE, Francisco. **Gênero Diversional**. In: MARQUES DE MELO, José e ASSIS DE, Francisco. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2013.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.
- COSTA, Lailton Alves. **Gêneros Jornalísticos**. In: MARQUES DE MELO, José e ASSIS DE, Francisco. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2013.
- CEZAR, Janaina. **Crêterios de Noticiabilidade na Reportagem da Folha de São Paulo**; Observatório da Imprensa, 2013. Disponível em: <http://observatoriodaimpresa.com.br/diretorio-academico/criterios-de-noticiabilidade-na-reportagem-da-folha-de-spaulo/> acesso em 05/11/2017 às 19:45
- CARVALHO, Ana. **Análise dos Conceitos de Jornalismo Tradicional, Entretenimento e Jornalismo de Infotimento e as relações (in) existentes entre eles no meio Televisivo**, Brasília; UNICEUB e FATECS, 2014.
- DEJAVITE, F. A. **INFOtenimento: Informação + Entretenimento no Jornalismo**. São Paulo: Paulinas; 2006.
- DEJAVITE, F. A. **A Notícia Light e o Jornalismo de Infotimento**, XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo; 2007.
- LUHMANN, Niklas. **A Realidade dos Meios de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.
- LENE, Hérica. **Objetividade e subjetividade na seleção e classificação**; 2008. Disponível em: <http://observatoriodaimpresa.com.br/diretorio-academico/objetividade-e-subjetividade-na-selecao-e-classificacao/> acesso em 02/11/2017 às 01:54
- LOBO, Tiago. **Sobre o papel social do Jornalismo**; Observatório da Imprensa, 2013. Disponível em: [http://observatoriodaimpresa.com.br/feitos-desfeitas/\\_ed743\\_sobre\\_o\\_papel\\_social\\_do\\_jornalismo/](http://observatoriodaimpresa.com.br/feitos-desfeitas/_ed743_sobre_o_papel_social_do_jornalismo/) acesso em 03/11/2017 às 23:57
- MARQUES DE MELO, José e ASSIS DE, Francisco. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a Comunicação: Contatos Apreciados com a Nova Teoria.** São Paulo, Paulus, 2008.

NOVAES MELLO, Jaciara. **Telejornalismo no Brasil;** 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf> e em: [http://artigos.netsaber.com.br/resumo\\_artigo\\_18720/artigo\\_sobre\\_telejornalismo\\_no\\_brasil](http://artigos.netsaber.com.br/resumo_artigo_18720/artigo_sobre_telejornalismo_no_brasil) acesso em 04/11/2017 às 03:20.

PATERNOSTRO, I. **O texto na TV.** São Paulo: Campus, 2007

RAMONET, Ignácio. **A Tirania da Comunicação:** Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

SILVA, Gislene. **Estudos em Jornalismo e Mídia.** Vol,II Nº 1, Santa Catarina, EJM; 2005.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como São.** 2 ed. Santa Catarina: Insular, 2005.

TEMER, A.C.R.P. **Reflexões sobre a tipologia do material jornalístico: o jornalismo e as notícias.** *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 30, n. 1, jan./jun. 2007.

VIZEU, Alfredo. **Telejornalismo, audiência e ética;** 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf> acesso em 02/11/2017 às 03:54.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** 4ª edição, Portugal: Editorial Presença; 1995.

BLOG: **Introdução ao Jornalismo** por Acadêmicos do 2º semestre IBES. Disponível em: <http://jornalismoibes.blogspot.com.br/2008/08/sobre-critrios-de-noticiabilidade.html> acesso em 04/11/2017 às 04:55.